الجامعة الافتراضية السورية

SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY

كتابة تلفزيونية مستوى متقدم

الدكتور كمال الحاج

ISSN: 2617-989X

Books & Refrences

كتابة تلفزيونية مستوى متقدم

الدكتور كمال الحاج

من منشورات الجامعة الافتراضية السورية

الجمهورية العربية السورية ٢٠٢٠

Advanced TV Writing

Kamal Alhaj

Publications of the Syrian Virtual University (SVU)

Syrian Arab Republic, 2020

الفهرس

الوحدة التعليمية الأولى

خصائص التلفزيون، مراحل الإنتاج التلفزيوني

أولاً: مقدمــة

يعـد فهـم الخصوصـية التكنولوجيـة لوسـائل الإعـلام الجمـاهيري مـدخلاً هامـاً لمعرفـة خصـائص الكتابة لها، وذلك لاستحالة معالجة الكتابـة فـي هـذه الوسـائل بشـكل مسـتقل عـن التكنولوجيا المستخدمة فيها، الأمر الذي يجعل الوسيلة جزءاً لا يتجزأ من الكتابة ومن طريقة التفكير والتصوير والتحرير.



يشكل الأساس التكنولوجي واحداً من الشروط الأساسية في عملية الإنتاج التلفزيوني، فصحيح أن النشاط الإعلامي هو أساساً فعالية فكرية إبداعية، ولكن الصحيح أيضاً هو أن الإنتاج التلفزيوني يقوم على دعامتين أساسيتين:

- الأولى: هي المادة التلفزيونية التي أبدعها الإعلاميون التلفزيونيون.



- والثانية: هي الآلات والأجهزة والمعدات التقنية التي يستخدمها المبدعون وغيرهم من الفنيين من أجل الحصول على هذه المادة ومعالجتها وعرضها، وإخراجها وتقديمها وإيصالها إلى المشاهد.١

يشكل الأساس التكنولوجي قاعدة مادية لها تأثير متبادل مع الإنتاج الإعلامي، وذلك **لاعتبارات عدة أهمها:**

- تمارس القاعدة التقنية تأثيراً مهماً في جميع مراحل الإنتاج التلفزيوني:
  - الحصول على المادة وكيفية التعامل مع المادة.
  - وأسلوب معالجة المادة.
  - وطرق إخراج المادة.
  - وكذلك أساليب عرضها وتقديمها.
- إن التكنولوجيا المستخدمة في إنتاج المادة التلفزيونية ليست محايدة بل تحمل قيم المجتمعات التي أنتجتها، وهي موضوعياً تمتلك قوة حضور فاعلة تجعلها تسهم موضوعياً في تغيير المفاهيم والقيم والسلوكيات.
- تتزايد أهمية الدور الذي تؤديه التكنولوجيا المعاصرة في مضمون وشكل الإنتاج التلفزيوني، ونظراً لتسارع وتيرة التجديد في التكنولوجيا المستخدمة في الإنتاج التلفزيوني، فإن من يملك التكنولوجيا المتطورة يصبح أكثر قدرة على المنافسة.

ثانياً: السمات التكنولوجية للتلفزيون



يمتلك التلفزيون خصوصية تكنولوجية تميزه عن وسائل الاتصال الأخرى والتي يمكن تحديد أهم سماتها بالتالي:

١- يخاطب التلفزيون حاستي الرؤية والسمع، فهو يعتمد على تأثير الصوت والصورة معاً.

٢- استخلص التلفزيون الميزات الأهم من المسرح والسينما والإذاعة، فقد أخذ من:

- المسرح الحركة والحضور وتطورَ الحدث.
- السينما الشاشة وحركات الكاميرات واللقطات وزوايا التصوير.
- الإذاعة القدرة على الانتشار الواسع.

٣- تصل المادة التلفزيونية إلى أفراد الأسرة نظراً لوجود جهاز التلفزيون غالباً في غرفة المعيشة.

٤- معظم برامج التلفزيون تصل إلى جميع أفراد الأسرة ، وبالتالي فإن فعل المشاهدة هو فعل جماعي بامتياز.

٥- تحتاج مشاهدة التلفزيون إلى التفرغ والتركيز.

٦- يحتاج العمل والإنتاج التلفزيوني إلى استثمارات ضخمة ورؤوس أموال، كما يحتاج إلى إمكانات تقنية وبشرية.

٧- أتاحت الخصوصية التكنولوجية للتلفزيون سرعة الوصول إلى الحدث صوتاً وصورة.

٨- أصبح بإمكان التلفزيون مشاركة الحدث مباشرة في أثناء وقوعه، وربما أن تشارك في صنعه.

٩- أتاحت خصوصية التلفزيون إمكانية التسجيل والتوثيق للأحداث.

ثالثاً: آثار السمات والخصوصية التكنولوجية على الإعلام التلفزيوني

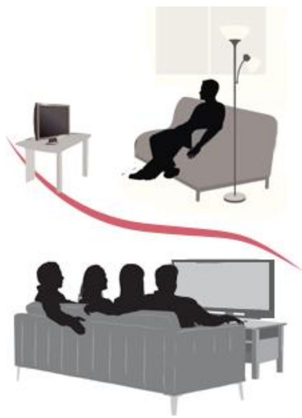
١. القيمة الاتصالية التلفزيونية تعتمد أساساً على القيم البصرية المستندة إلى الصورة الجاذبة الفاعلة التي تؤثر على الانفعالات والمشاعر.



٢. تتكامل الكلمة مع الصورة في العمل التلفزيوني لتقديم لغة تعبيرية تلفزيونية متكاملة.



٣. ترك حجم الشاشة التلفزيونية الصغير نسبياً (مع اختلاف أحجامها) آثاره على طبيعة نوعية اللقطات المستخدمة، وعلى عدد الشخصيات أو المدى الذي يمكن أن تأخذه الصورة التلفزيونية.



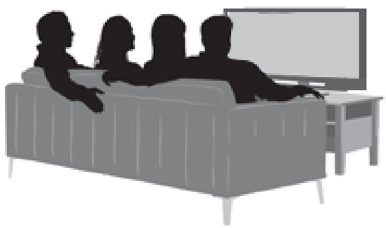
٤. مكان تقديم المادة التلفزيونية غالباً هو البيت، وجمهورها هو الأسرة، وهذه المسألة تركت آثارها البالغة الأهمية على مجمل مراحل عملية الخلق والإبداع التلفزيونية:



- اختيار المادة والموضوع.
- وأسلوب المعالجة.
- وطريقة التقديم.



٥. جمهور التلفزيون عموماً جمهور ضخم ومتنوع، وغير متجانس وفقاً لمتغيرات عديدة (السن، الجنس، المستوى التعليمي، المستوى الثقافي والحضاري، المزاج،



٦. درجة الاهتمام، المكان.إلخ)، وهو جمهور موحد في الزمن غالباً، ومبعثر في المكان.



٧. مشاهدة التلفزيون هي غالباً تجربة جماعية وليست تجربة فردية.





٨. سرعة الوصول والانتشار.



٩. البث الحي والمباشر.



١٠. المـادة التلفزيونيـة إنتـاج مركـب ومعقـد يحتـاج إلـى تكـاليفِ إنتـاج ضـخمة، ووجود كادر متخصص.

رابعاً: خطوات الإنتاج التلفزيوني



يعـد الإنتـاج التلفزيـوني عمليـة كبيـرة ومعقـدة لإنتـاج مـادة تلفزيونيـة: نشـرة أخبـار، دراما، إعـلان، برنـامج منوعـات،.إلخ، والإنتـاج عمليـة إبداعيـة تهـدف إلـى تحويـل الأفكـار مـن فكـرة إلـى (مجموعة من الصور والأصوات)، ووضـعها فـي قالـب شـيق، وهـذه العمليـة الإبداعيـة تحتـاج إلـى وجـود خبـرات كثيـرة فـي مجـالات الإدارة والتخطـيط والهندسـة، والتصـوير والصـوت والإضـاءة والـديكور والأزيـاء، والمكيـاج والتمثيـل والمـؤثرات والمونتـاج، والتسـويق والبحـوث، ويمكـن إجمـال خطـوات الإنتاج التلفزيوني فيما يلي:

الخطوة الأولى: التحضير والإعداد للإنتاج Preparing of production.

الخطوة الثانية: مرحلة ما قبل الإنتاج pre-production of shooting.

الخطوة الثالثة: مرحلة الإنتاج والتصوير production.

الخطوة الرابعة: مرحلة المونتاج editing.

الخطوة الخامسة: مرحلة ما بعد الإنتاج past production.

أ- الخطوة الأولى: التحضير والإعداد للإنتاج Preparing of production:

تحديد الموضوع والفكرة:

يجب أن تكون الفكرة أصلية ومشوقة وتعطي شيئاً جديداً وتدفع المشاهد إلى التفكير والتأمل والقيام بسلوك أو فعل ما، كما أنها تُعنى بالغرض وتلائم الوسيلة الإعلامية، وثمة معطيات عدة يجب مراعاتها عند تحديد الموضوع أو الفكرة:

أ) تخضع الفكرة إلى تعديلات وتبديلات وترتيب عناصر أو محاور وتنظيم وتسلسل محتوياتها، وتحديد أهدافها بدقة.

ب) وضع تصورات للكيفية التي يتم تحقيق هذه الفكرة بها أي الأساليب الممكنة لتنفيذها.

ت) وضع تصور للإمكانات المادية والبشرية والموارد المتوافرة لإنجاز الفكرة (المشروع).

ث) تصميم شامل وعام للعمل.

ج) اجتماع المنتِج مع أبرز مفاصل العمل لمناقشة الفكرة.

ح) توزيع المهام حسب التخصص.

خ) التحقق من الانسجام داخل فريق الإنتاج التلفزيوني.

د) وضع تصور أولي لعناصر الإنتاج الأساسية:

١١. العنوان TITLE.

١٢. الفكرة IDEA.

١٣. النص SCRIPT.

١٤. التنفيذ Realization.

١٥. الجمهور المستهدف Target audience.

ب ـ الخطوة الثانية: مرحلة ما قبل الإنتاج / ما قبل التصوير Pr :Production or shooting

وتشمل هذه الخطوة المراحل التالية:



١- البحث عن الموضوع (علمي، أرشيفي، ميداني، إعلاني، درامي).

٢- البحث في المحاور المتناوَلة.

٣- تحديد الشخصيات التي ستظهر في المادة الإعلامية.

٤- تحضير الأسئلة.

٥- البحث الميداني: داخلي أو خارجي، وتحديد أماكن التصوير، وتحديد زوايا التصوير وحركات الكاميرا.

٦- وضع الخطة المبدئية للعمل: أماكن التصوير.

٧- أوقات التصوير: وضع تصوّر حول البداية والنهاية للمنتج التلفزيوني.

ج ـ الخطوة الثالثة: مرحلة الإنتاج / التصوير Production:

تمر عملية الإنتاج التلفزيوني بمراحل رئيسية عدة هي:

١- اختيار الموضوع والفكرة واعتماد آلية المعالجة البصرية.

٢- إجراء البحث واستكمال ذلك بحصر نتائج البحث على شكل محاور تحدد لفريق العمل التلفزيوني أين سيكون التصوير في الميدان خارجياً أو في الاستوديو.



٣- وضع السيناريو المبدئي التوضيحي (صوت وصورة).

٤- وضع خطة الإنتاج وتتضمن:

١٦. اسم البرنامج.

١٧. موضوع البرنامج أو الحلقة.

١٨. تاريخ العرض وزمن العرض.

١٩. فريق العمل التلفزيوني.

٢٠. أسلوب المعالجة (سيناريو توضيحي).

٢١. المقابلات والضيوف.

٢٢. الأجهزة والأدوات المطلوبة للإنتاج.

٢٣. أماكن التسجيل (الميدان أو الاستوديو) وكيفية الوصول إليها.

٢٤. ميزانية البرنامج.

٥- وضع السيناريو النهائي أو التنفيذي، والستوري بورد وفيه: نوع اللقطة، حجم اللقطة، زاوية التصوير، زمن التصوير، كيفية الانتقال من لقطة إلى أخرى، حركات الكاميرا، رسوم توضيحية لكل لقطة.

٦- التصوير أو التسجيل: حسب نتائج البحث يكون إما ميدانياً أو في الاستوديو.

٧- المونتاج (الفوري أو الآجل).

د_ الخطوة الرابعة: مرحلة المونتاج Editing: وتتضمن:



مرحلة أولى: مونتاج فوري في أثناء التصوير (أوف لاين).

مرحلة ثانية: مونتاج لاحق آجل (أون لاين) ويتم فيها:

١- مشاهدة ما تم تصويره.

تحديد اللقطات الصالحة فنياً وموضوعياً (المرتبطة بالموضوع).

٢- استبعاد اللقطات والتسجيلات غير الصالحة، والتي لا تخدم الفكرة.

٣- إعادة ترتيب اللقطات وفقاً للسيناريو الذي تم وضعه.

٤- إدخال المشاهد الضرورية والأفلام والتسجيلات التي تخدم البرنامج أو الفيلم أو الحلقة.

هـ_ الخطوة الخامسة: مرحلة ما بعد الإنتاج Past Production:





وتتضمن تنظيم العروض والبث، والدعاية والإعلان.

خامساً: الكتابة للتلفزيون



بحكم طبيعة الوسيلة وخصائصها فإن التلفزيون يحتوي على كل أدوات التعبير المتنوعة من تعبير صوتي كالكلمة المنطوقة والموسيقا والمؤثرات الصوتية، وهذا ما يجعله وسيلة اتصال متميزة إذ تساعد المؤثرات على تدعيم رسالته الإعلامية،

لذا فإن الكتابة للتلفزيون تعتمد على البساطة والوضوح والصدق والألفة، والكاتب التلفزيوني يعرض من خلال ما يكتبه للشاشة العالم على اتساعه بما فيه من أحداث، وهذا الكاتب يخاطب من خلال ما يكتب شتى فئات الناس على اختلاف طباعهم واتجاهاتهم، وذلك عن طريق لغة مشتركة تستفيد من حركة الصورة والاتصال اللغوي، وتسمى لغة التلفزيون عادةً اللغة المرئية التي تتجه إلى الهدوء والتبسيط والخلو من التكلف، والمشاهد عندما يتعامل مع التلفزيون يتعامل معه كصديق حميم يستقبله في منزله لينقل له الأحداث الواقعية، ويفيض عليه بالانفعالات الصادقة، فالتلفزيون وسيلة إعلامية ذاتية بمعنى أن المشاهد يشعر أنه قريب من المتحدث أو مقدم البرنامج.

إن الأساس الأول والبداية الحقيقية لفن الكتابة للتلفزيون، أن يتعرف الكاتب على عناصر ومقومات صياغة الرسالة التلفزيونية وكيفية استخدام كل عنصر منها لأن هذه العناصر هي مفردات لغة التلفزيون التي يصوغ بها ويعبر من خلالها عن أفكاره ومعلوماته.

سادساً: أساليب تطوير القدرة على الكتابة والتأليف التلفزيوني

إن القدرة على تطوير الكتابة للتلفزيون تحتاج إلى جملة من العوامل والصفات يتوجب توافرها في الكاتب منها:

١- لا بد من أن يكون ملماً ومطلعاً على عدد كبير من كتابات المحترفين القدماء والمعاصرين في مختلف المجالات: الإخبارية والدرامية والوثائقية والإعلانية.. إلخ.

٢- معايشة الواقع وفهم طبيعة وخصائص الجمهور: وهذا يعني أن يكون الكاتب التلفزيوني على دراية تامة بالبيئة والمجتمع الذي يعيش فيه ما يمنحه أفكاراً عديدة، وتتفجر طاقاته الإبداعية في ابتكار الشخصيات ووصفها ورسمها والتعبير عن المواقف، وبشكل أو بآخر تعد معايشة الواقع معايشةً للجمهور المستهدف، وبالتالي لن يكون الكاتب قادراً على الكتابة للجمهور ما لم يكن قادراً على فهم مشاعره وأحاسيسه، ومشكلاته وهمومه، وآلامه وآماله.

وإذا ما أراد الكاتب التلفزيوني أن يضمن النجاح لرسالته التلفزيونية عليه أن يسأل نفسه الأسئلة الآتية:

٢٥. ما الذي يحتاج إليه التلفزيون كوسيلة اتصال لها خصائصها وسماتها المميزة عن الوسائل الأخرى؟

٢٦. من الجمهور الذي يخاطبه من خلال التلفزيون؟

٢٧. أي نوع من المواد التلفزيونية (الرسالة) تناسب هذا الجمهور، وبأي شكل وبأي لغة مناسبة؟

٣- الموهبة: لا بد من أن تتوفر للكاتب التلفزيوني الموهبة شأنه شأن كل من يعمل في مجال الإبداع الفني، والموهبة هي الاستعداد الفطري، وهي مجموعة قدرات فطرية خاصة، ولا بد لهذه القدرات أو المهارات أن تُصقل بالعلم والتدريب، والتعليم والممارسة.

٤- الثقافة العامة: والمقصود بها مجموعة المعارف والمهارات والمعلومات والاهتمامات المتنوعة التي تشمل مختلف مجالات العلم والمعرفة وتشمل السياسة والتاريخ والاقتصاد والاجتماع والدين.. إلخ، وتلك المعرفة العامة

الموضوعية تشكل جزءاً لا يتجزأ من شخصية الكاتب التلفزيوني ورصيداً مهماً له تمده بالمعلومات والأفكار التي تعينه في عمله.

٥- الثقافة المهنية المتخصصة: ويقصد بها الثقافة التي تتصل بالعمل التلفزيوني، كالتحرير الإخباري والدراما، والتذوق الفني والجمالي، والنظريات الإسلامية والاجتماعية والفنية المختلفة.

٥- السرعة البديهية والمرونة والقدرة على التعامل مع المفاجآت الإعلامية.

٦- الإلمام بخصائص الوسيلة التي ينتسب إليها ويتعامل معها.

٧- الإلمام بالأهداف الاستراتيجية للجهاز الإعلامي الذي ينتسب إليه، كما يجب أن يكون أيضاً على دراية بالركائز الأساسية للسياسة العامة للإعلام التلفزيوني.

٨- الدقة والموضوعية والصدق والأمانة، ويجب أن تكون لدى الكاتب الرغبة في البناء والتطوير لا الهدم والتخريب.

٩- الإلمام بالتشريعات الإعلامية وبخاصة ما يتصل منها بالعمل التلفزيوني، والإلمام أيضاً ببعض التشريعات الأخرى حتى لا يقع تحت طائلة القانون.

١٠- من المهم جداً أن يكون الكاتب التلفزيوني على دراية كاملة بأخلاقيات العمل الإعلامي، وما تحويه مواثيق الشرف التي تضم قواعد أخلاقية للممارسة الإعلامية.

مواثيق أخلاقيات العمل الإسلامي العربي:

تضمنت مواثيق أخلاقيات العمل الإسلامي العربي فقرات أساسية منها:

١. تدعو برامجنا العربية إلى القيم النابعة من التقاليد العربية القومية.

٢. تدعو برامجنا إلى بث الأمل والتفتح للحياة بالنسبة للفرد والمجتمع، ولا تتضمن ما يشبع روح اليأس والهزيمة.

٣. تنشر برامجنا مبادئ المساواة والعدالة، ولا تتضمن ما يشير إلى قبول أو إيثار التفرقة بين الناس بسبب اللون أو الجنس أو العقيدة.

٤. يُراعى تجنب ما من شأنه أن يمس الآذان العامة والوقار، ويخدش الحياء، سواء بالقول أم الأداء.

٥. لا يجوز تقديم ما يوحي بتفضيل الانحلال الخلقي الفردي أو الجماعي في المجتمع.

٦. يجب أن يتم التدقيق في اختيار الألفاظ بحيث لا تكون سوقية أو تنطوي على معانٍ مبتذلة.

٧. تدعو برامجنا إلى الحفاظ على كيان الأسرة، وتظهر قدسيتها وتحترم القيم التي يقوم عليها بناؤها.

٨. تراعي برامجنا أنها تدخل البيوت في كل وقت يُحتمل أن يشاهد فيه الأطفال هذه البرامج.

٩. تعرض الجريمة على أنها أمر غير مشروع وغير مقبولة من المجتمع، ولا يُسمح إطلاقاً بتناول الجرائم الجنسية، ولا تذاع وسائل الجريمة بطريقة تؤدي إلى محاكاتها، ولا يُفصح عن أشخاص مرتكبي الجرائم إلا إذا كان ذلك يساعد على تنفيذ القانون أو يخدم المصلحة العامة.

١٠. تدعو برامجنا إلى احترام القوانين المحلية القائمة، ولا تتضمن كل ما يمس هيبة رجال الهيئة القضائية ورجال الأمن، لذا لا يُسمح بإشاعة الفزع والرعب.

١١. لا تتضمن برامجنا ما يشير إلى الأخذ بالثأر، أو إدمان الخمر والمخدرات، والاتجار بها أو ما يقبل المقامرة والمراهنات والجشع والأنانية.

١٢. لا يجوز تفضيل الانتحار كوسيلة مقبولة لحل مشكلات المجتمع.

١٣. لا يجوز إبراز صورة القسوة على الإنسان والحيوان.

١٤. لا تحقر برامجنا أي مهنة مشروعة.

١٥. تجنب ما يؤذي شعور ذوي الحاجات الخاصة.

١٦. يجب أن تعطي برامج المسابقات فرصة الربح لجميع المتبارين على أساس الكفاءة والمهارة أكثر من الحظ.

الخلاصة

يشكل الأساس التكنولوجي واحداً من الشروط الأساسية في عملية الإنتاج التلفزيوني، ومن أبرز السمات التكنولوجية للتلفزيون مخاطبتُه حاستي السمع والرؤية معاً، وتوجهُه لجميع أفراد الأسرة، وقدرته على مشاركة الحدث مباشرة.

يمر الإنتاج التلفزيوني بخطوات أساسية عدة هي: التحضير والإعداد للإنتاج، ومرحلة ما قبل الإنتاج، ومرحلة الإنتاج والتصوير، ومرحلة المونتاج، ومرحلة ما بعد الإنتاج.

ولعل أهم هذه الخطوات هي خطوة الإنتاج والتصوير ففيها يتم اختيار الموضوع والفكرة وإجراء البحث ووضع السيناريو المبدئي، ووضع خطة الإنتاج وإجراء البحث ووضع السيناريو النهائي والمونتاج الفوري.

إن القدرة على تطوير الكتابة التلفزيونية تحتاج إلى جملة من العوامل أهمها معايشة الواقع والثقافة العامة والمهنية وسرعة البديهة والمرونة.

المراجع

١- إبراهيم، محمد معوض، الخبر التلفزيوني من المصدر إلى الشاشة، القاهرة: دار الفكر العربي.

٢- البطري، نسمة، عبد الغفار، عادل (٢٠١٢)، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.

٣- الجمل، سمير (١٩٩٧)، فن الأدب التلفزيوني، القاهرة: دار الهدى.

٤- حافظ، أسما حسين (٢٠٠٥)، تكنولوجيا الاتصال الإعلام التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي والرقمي، القاهرة: الدار العربية للنشر.

٥- الحسيني، أميرة (٢٠١٠)، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، بيروت: دار النهضة.

٦- حميدي، عاصف (٢٠١٤)، العمل الإذاعي والتلفزيوني مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع، أبو ظبي: مطابع الظفرة.

٧- خضور، أديب، الحاج، كمال (٢٠٠٥)، الكتابة للراديو والتلفزيون، دمشق: جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح.

٨- شقير، بارعة، الحاج، كمال (٢٠٠٥)، الإخراج الإذاعي والتلفزيوني، دمشق: جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح.

٩- شكري، عبد المجيد (١٩٩٦)، تكنولوجيا الاتصال الجديد في إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، القاهرة: دار الفجر العربي.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة:

من السمات التكنولوجية للتلفزيون:

A- يخاطب حاستي السمع والرؤية.

B- سرعة الوصول والانتشار.

C- البث الحي والمباشر.

D- كل ما ذكر صحيح.

E- كل ما ذكر خطأ.

الإجابة الصحيحة: d كل ما ذكر صحيح

تحديد اسم البرنامج وموضوعة وتاريخ زمن العرض وفريق العمل تدخل ضمن مرحلة:

A- التحضير والإعداد للإنتاج.

B- مرحلة ما قبل الإنتاج.

C- الإنتاج والتصوير.

D- مرحلة المونتاج.

E- مرحلة ما بعد الإنتاج.

الإجابة الصحيحة: c الإنتاج والتصوير

مشـاهدة مـا تـم تصـويره، وتحديـد اللقطـات الصـالحة فنيـاً، وإعـادة ترتيـب اللقطـات ضـمن إجراءات:

- B- التحضير والإعداد للإنتاج.
- C- مرحلة ما قبل الإنتاج.
- D- الإنتاج والتصوير.
- E- **مرحلة المونتاج.**
- F- مرحلة ما بعد الإنتاج.

الإجابة الصحيحة: d مرحلة المونتاج

من الصفات التي يجب توافرها في الكاتب التلفزيوني:

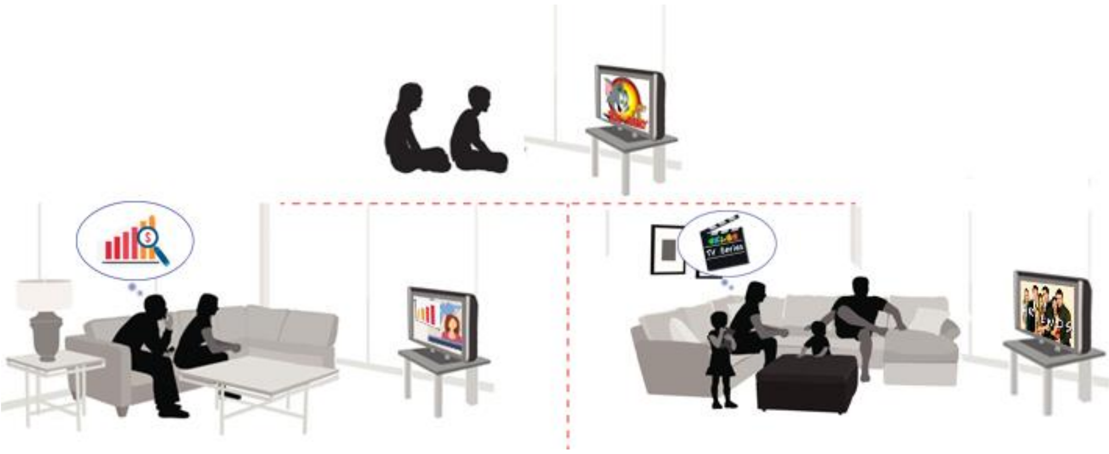
- A- معايشة الواقع.
- B- الموهبة.
- C- الثقافة العامة.
- D- **كل ما ذكر صحيح.**
- E- كل ما ذكر خطأ.

الإجابة الصحيحة: d كل ما ذكر صحيح

الوحدة التعليمية الثانية

البنية البرامجية التلفزيونية، النصوص الكاملة وغير الكاملة

أولاً: مفهوم البنية البرامجية للتلفزيون



هي مجموعة البرامج والمواد التي تقدمها القناة التلفزيونية، والتي تغطي المجالات كلها (السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، والفنية والرياضية والدراما والإعلان.. إلخ)، وتخاطب الشرائح الاجتماعية المختلفة (الأطفال والشباب والمرأة، والعمال والصفوة أو النخبة، وذوو الاحتياجات الخاصة أو الجمهور العام).

ثانياً: خصائص البنية البرامجية التلفزيونية

١- الارتباط العضوي باستراتيجية القناة، والمقدرة على تحقيق سياستها وأهدافها، والاستجابة لشخصيتها الإعلامية، وخلق التناغم بين البنية البرامجية والواقع.

٢- الاستجابة لطبيعة الجمهور ومتطلباته:

لا يجب التعامل مع الجمهور وفق الصورة الذهنية التي يملكها الكاتب التلفزيوني، فالصور الذهنية ليست بديلة عن الواقع، وبالتالي يجب على الكاتب التلفزيوني أن يعرف الجمهور بشكل حقيقي من خلال أبحاث ميدانية عميقة منهجية علماً أن الجمهور مفهوم متغير غير ثابت.

٣- التنوع والتكامل:

هذا التنوع هدفه الوصول إلى الشرائح الاجتماعية المختلفة، وبغض النظر عن هذا التنوع في الموضوعات ومكان المعالجة، وتنوع القوالب التلفزيونية هناك تكامل أيضاً، فالموضوع الواحد تحكمه سياسة واحدة، فعلى البرامج أن تجسد السياسات العامة والاستراتيجية للقناة.

٤- المرونة والتجديد والابتكار في المضامين، وفي أشكال وأساليب عرضها وتقديمها، وهذا متطلب أساسي، فيجب أن يكون هناك متغيرات معينة، وأن يكون هناك شيء جديد دائماً، والمرونة تفرضها متطلبات الواقع المتغير، فالبنية البرامجية يجب أن تكون مواكبة للجمهور والواقع، وكلاهما متغير، والتجديد يجب أن يكون في الموضوعات والمعالجة والكوادر والطرح وشكل الإخراج.

ثالثاً: تصنيف البرامج التلفزيونية



تأخذ البرامج والمواد التلفزيونية العديد من الأشكال والقوالب وفقاً لأهدافها أو لطبيعة المضمون، أو طبيعة الجمهور المستهدف، أو وفقاً للشكل أو القالب التلفزيوني، ويمكن تصنيف البرامج والمواد التلفزيونية وفقاً لمعايير عدة:

أولاً- تصنيف المواد والبرامج التلفزيونية وفقاً لطبيعة الموضوع والمضمون.

ثانياً- تصنيف المواد والبرامج التلفزيونية وفقاً للشكل أو القالب.

ثالثاً- تصنيف المواد والبرامج التلفزيونية وفقاً للجمهور المستهدف.

رابعاً- تصنيف المواد والبرامج حسب درجة اكتمال النص.

خامساً-تصنيف البرامج حسب الهدف العام للبرنامج التلفزيوني.

أ- تصنيف المواد البرامج وفقاً لطبيعة الموضوع والمضمون:

١- المواد والبرامج الإخبارية التلفزيونية:

ويمكن أن تكون على شكل نشرات أخبار وتقرير، وتعليق وتحليل إخباري.

٢- الدراما التلفزيونية:

وتشمل التمثيليات والمسلسلات والسلاسل الدرامية التلفزيونية.

٣- البرامج والمواد التعليمية:

وهي البرامج الموجهة لجمهور التلاميذ والطلبة بمختلف فئاتهم العمرية أو التعليمية، ويمكن أن توجَّه إلى جمهور من المهتمين من غير الطلبة بهدف تعليم مهارات معينة.

٤- البرامج الثقافية:

وتهدف إلى إثراء المعلومات الثقافية والفكرية وتشمل بدورها تصنيفات عديدة منها:

أ) برامج المعارف العامة أو التي تهتم بالإنسان والمجتمع مثل مجالات علم الاجتماع والتاريخ والفلسفة.. إلخ.

ب) البرامج الأدبية: وتهتم بالشعر والنثر، والقصة والنقد الأدبي.

ج) البرامج العلمية: وتهتم بالمجالات العلمية المتخصصة مثل علوم الهندسات والطب، والكيمياء.. إلخ.

د) البرامج الفنية المتخصصة التي تتناول بالشرح والتحليل والنقد أحد الفنون مثل الموسيقا والنحت والفن التشكيلي.

هـ) البرامج الدينية: وهي البرامج التي تهتم بكل ما يتعلق بالدين كالتعاليم والتفسير.

٥- برامج الخدمات:

وهي برامج تخوض في مشكلات خدمية تهم المواطن مثل برامج البيئة والمرافق.

٦- البرامج المنوعة:

وهي البرامج التي تهدف في الدرجة الأولى إلى التسلية والترفيه ومنها الأغاني وبرامج المسابقات، وبرامج الدردشة أو التوك شو.

٧- الإعلانات:

وهذه الإعلانات تأخذ قوالب وأشكالاً متعددة منها إعلانات الحديث المباشر، وإعلانات الدراما، وإعلانات الأغاني، وإعلانات الإنتاج.. إلخ.

٨- البرامج الرياضية:

وهي التي تقدم مختلف أنواع الألعاب الرياضية كتغطية النشاطات والألعاب والفعاليات.

٩- مواد النقل المباشر:

كالمؤتمرات الصحفية والفعاليات والمناسبات الاجتماعية التي تدخل في سياق التغطية الإخبارية.

ب- تصنيف المواد والبرامج التلفزيونية وفقاً للشكل أو القالب:

١- البرامج الاستدلالية Demonstration:

وهي أبسط الأشكال البرمجية التلفزيونية، وتعتمد على المذيع في المقام الأول، ومثال ذلك أقوال الصحف إذ لا تهتم هذه البرامج بالديكور، ويمكن الاستعانة بوسائل الإيضاح مثل الخريطة، والكرة الأرضية والصورة.

٢- برامج المقابلات interview:

وهي عبارة عن تبادل للرأي والفكر، وتحتاج إلى مقدم برامج ثقافته أعلى من مقدم البرنامج الاستدلالي وإلى ضيف، ويتم تبادل الرأي والفكر في موضوع يهم الناس، طرفان طرف يملك المعلومة، وطرف يسأل لكي يُخرج هذه المعلومة للمشاهد، ويوجد ثلاثة أنواع أساسية للمقابلة:

- **المقابلة الشخصية:** ويكون الضيف في هذا النوع من المقابلة هو الشخصية العامة أو الجماهيرية التي يود الناس التعرف عليها عن قرب وعن حياتها الخاصة، فالأسئلة هنا لا يراد منها البحث عن رأي أو معلومة أساسية، وإنما يفضل أن تكون ذات طابع شخصي دون إسفاف أو إهانة أو إحراج.
- **مقابلة المعلومة:** يكون الضيف في هذا النوع هو المتخصص أو العالم في فرع من فروع العلم أو الأدب أو الفن.. إلخ، وذلك لتقديم معلومات حول قضية تهم الرأي العام، وبشكل بسيط سريع الفهم.
- **مقابلة الرأي:** يمكن أن تلعب برامج التلفزيون الحوارية دوراً في إبراز رأي الناس أو رأي الخبراء.

٣- قالب المذيع والفيلم master of ceremony and film:

هـي مجموعـة أفـلام يربطهـا وقـد لا يربطهـا خـط، والمـذيع يقـوم بمهمـة الـربط بـين فقرات المواد الفيلمية.

٤- برامج المحكمة Court Team:

وهـو نـوع بـرامج يسـتمد اسـمه مـن شـكل المحكمـة، ويعتمـد فـي المقـام الأول علـى معـد جيـد، وديكـور محكمـة، وهيئـة محكمـة (مختصـون فـي مجـال معـين وليسـوا قضـاة)، ومحـامي دفـاع يجهـز دفاعـه ويقـدم أدلـة بـراءة، ومحـامي إثبـات يجهـز عريضـة الـدعوى، ومـتهم هـو عـادة شـخص مسـؤول قـد يكـون وزيـراً أو أي مسـؤول آخـر، وهـذا النـوع البرامجـي لا يوجـد فعليـاً علـى خريطـة الإعـلام التلفزيـوني العربي.

٥- المجلة التلفزيونية T.V Magazine:

وتشـمل بـرامج المسـابقات والبـرامج التـي تجمـع بـين أكثـر مـن شـكل برامجـي مـن أغـانٍ وموسـيقا وعـرض راقـص وتمثيـل صـامت، وألغـاز ومسـابقات ومشـهد تمثيلـي، وشعر ومقابلات، وغير ذلك.

ج- تصنيف المواد والبرامج التلفزيونية حسب الجمهور المستهدف:

هذا التصنيف يعتمد الفئات العمرية أو الهيئة كمعيار للتصنيف:

- برامج الأطفال.
- برامج الشبيبة والمراهقين.
- برامج الشباب.
- برامج المرأة.

- برامج العمال.
- برامج الفلاحين.
- برامج كبار السن.
- برامج ذوي الاحتياجات الخاصة.
- برامج الجمهور العام.



د- تصنيف المواد والبرامج حسب درجة اكتمال النص:

تنقسم مواد وبرامج التلفزيون حسب هذا المعيار إلى:

أ) مواد برامج ناقصة النص Semi – Scripted:

وهي مواد غير درامية ولا يوجد فيها تمثيل أو خط درامي واضح، ولا يوجد ديكور خاص أو إكسسوار، والمعد يقوم بتسليم النص الناقص للمذيع والمخرج للتنفيذ.

ومن البرامج ناقصة النص: برامج المنوعات، وبرامج المسابقات، وبرامج التحقيقات الإعلامية، وبرامج مجلة التلفزيون، وبرامج المحكمة.. إلخ.

ب) مواد برامج كاملة النص:

وتشمل هذه البرامج التمثيليات التلفزيونية والمسلسلات والبرامج الوثائقية والتسجيلية، ونشرات الأخبار.

هـ- تصنيف المواد والبرامج حسب الهدف العام لها:

يشمل هذا التصنيف ثلاث فئات:

أ) برامج تهتم بتقديم ما يرغب فيه الجمهور ويفضله:

إذ تضع القناة التلفزيونية في أعلى سلم أولوياتها رغباتِ وتفضيلات الجمهور المشاهِد، ويمكن أن تتعرف القناة التلفزيونية على ما يريده الجمهور من خلال تلقي رسائل

واتصالات، أو من خلال بحوث المشاهدين ومسوح الرأي العام، وعلى ضوء هذه النتائج تعدِّل القناة التلفزيونية من خريطة برامجها بحيث تلبي في النهاية رغبات المشاهدين.

ب) برامج تهتم بتقديم ما يحتاج إليه الجمهور المستهدف:

هناك فرق بين ما يريده الجمهور وما يحتاج إليه، وأحياناً لا تتفق رغبات الجمهور مع حاجاته بشكل كامل، ويجب على القناة التلفزيونية أن تحدد حاجات الجمهور المستهدف من برامجها.

والقناة التلفزيونية من منطلق دورها التثقيفي والتربوي والتعليمي والإرشادي وحتى تقوم بدورها التنموي المطلوب يمكن أن تقدم في برامجها مضامين تعليمية تثقيفية حتى لو لم تكن هذه البرامج ضمن ما يفضله الجمهور أو يرغب فيه.

ويمكن للقناة التلفزيونية أن تحدد حاجات الجمهور من خلال دراسات بحوث المشاهدين، ودراسات تجري على التنمية والصفوة الثقافية، والخبراء في المجالات الثقافية والمتنوعة.

ج) برامج تهتم في الدرجة الأولى بتحقيق السياسة الاتصالية للقناة:

لكل قناة تلفزيونية أهداف معلنة أو غير معلنة تتجاوز هدف تحقيق رغبات الجمهور، وهدف تقديم ما يحتاج إليه الجمهور من ثقافة أو ترفيه.

ولا شك أن السياسة الاتصالية لكل قناة تلفزيونية تحدد بشكل أساسي ما يقدم فيها، ولكن القناة التلفزيونية التي ترجو النجاح في عملها والمنافسة مع القنوات الأخرى هي القناة التلفزيونية التي توجِد نوعاً من التوازن بين برامج تحقق السياسة الاتصالية للقناة، وتلبي حاجات الجمهور ورغباته.

الخلاصة

البنية البرامجية هي مجموعة البرامج والمواد التي تقدمها القناة التلفزيونية، ولهذه البنية خصائص منها الارتباط باستراتيجية القناة، والاستجابة لطبيعة الجمهور ومتطلباته، والتنوع والتكامل والمرونة والتجديد، وتصنف البرامج التلفزيونية تبعاً لمعايير عدة حسب معيار الموضوع أو المضمون: (الإخبارية، الدراما، التعليمية، الثقافية، برامج الخدمات، المنوعات، الإعلانات، الرياضة، مواد النقل المباشر).

كما تصنف تبعاً للشكل أو القالب إلى: (الاستدلالية، المقابلات، قالب المذيع والفيلم، برامج المحكمة، المجلة التلفزيونية، قالب المنوعات).

وتصنف حسب الجمهور المستهدف إلى: (أطفال، مراهقون، شباب، امرأة، نخبة إلخ).

وتصنف حسب درجة اكتمال النص إلى: (كاملة، غير كاملة)، كما تصنف حسب الهدف العام لها إلى: (برامج تحقق ما تريده القناة، ما يريده الجمهور، ما يحتاج إليه الجمهور).

المراجع

١- البطـري، نسـمة، عبـد الغفـار، عـادل (٢٠١٢)، الكتابـة للإذاعـة والتلفزيـون، القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.

٢- خضـور، أديـب، الحـاج، كمـال (٢٠٠٥)، الكتابـة للإذاعـة والتلفزيـون، دمشـق: منشورات جامعة دمشق – مركز التعليم المفتوح.

٣- خضور، أديب (٢٠٠٠)، نظرية التلفزيون، دمشق: المكتبة الإعلامية.

٤- عبـد الـدايم، عمـر الحسـن (١٩٩٨)، الكتابـة والإنتـاج الإذاعـي بـالراديو، إربـد: دار الفرقان.

٥- الحسـيني، أميـرة (٢٠١٠)، فـن الكتابـة للإذاعـة والتلفزيـون، بيـروت: دار النهضـة العربية.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة:

البرامج العلمية كتصنيف تدخل ضمن:

a. **البرامج التلفزيونية وفقاً لطبيعة الموضوع.**

b. البرامج التلفزيونية وفقاً للجمهور المستهدف.

c. البرامج التلفزيونية وفقاً لدرجة اكتمال النص.

d. البرامج التلفزيونية وفقاً للقالب أو الشكل.

e. البرامج التلفزيونية وفقاً للهدف العام للبرنامج.

الإجابة الصحيحة: a البرامج التلفزيونية وفقاً لطبيعة الموضوع

البرامج الاستدلالية التصنيف تدخل ضمن:

a. البرامج التلفزيونية وفقاً لطبيعة الموضوع.

b. البرامج التلفزيونية وفقاً لدرجة اكتمال النص.

c. البرامج التلفزيونية وفقاً للجمهور المستهدف.

d. **البرامج التلفزيونية للقالب أو الشكل.**

e. البرامج التلفزيونية وفقاً للهدف العام للبرنامج.

الإجابة الصحيحة: d. البرامج التلفزيونية للقالب أو الشكل

برامج تهتم بتقديم ما يحتاج إليه الجمهور تدخل ضمن:

b. البرامج التلفزيونية وفقاً لطبيعة الموضوع.

c. البرامج التلفزيونية وفقاً للجمهور المستهدف.

d. البرامج التلفزيونية وفقاً لدرجة اكتمال النص.

e. البرامج التلفزيونية وفقاً للقالب أو الشكل.

f. البرامج التلفزيونية وفقاً للهدف العام للبرنامج.

الإجابة الصحيحة: **e. البرامج التلفزيونية وفقاً للهدف العام للبرنامج**

تمرين: احضر برنامجاً يتبع شكل المحلية التلفزيونية، وسجل خمس نقاط إيجابية له في الإعداد، ونقطتين عليه سلبيتين.

تمرين: اقترح فكرة برنامج تلفزيوني يهتم بشكل أساسي بتقديم ما يرغب فيه الجمهور ويفضله.

الوحدة التعليمية الثالثة

كتابة الأخبار التلفزيونية

أولاً: مقدمة

تتدفق الأخبار إلى غرفة الأخبار لتخضع إلى عمليات:

- التدقيق.
- الانتقاء.
- التحرير قبل بث الأخبار.



ومع الكم الهائل من الأحداث الذي يرد إلى المحرر يجب أن يكون القائم على اختيار النشرة الإخبارية قادراً على تقييم كل حدث بحسب مصادره، ولا شك أن خبراً يرد من مصادر عدة سيكتسب مصداقية، وأحياناً أهمية أكبر من خبر آخر ورد من مصدر واحد، أو مصدر ضعيف، أو غير موثوق به.

ثانياً: أهمية نسب الخبر إلى مصدره

يفيد نسب الخبر إلى مصدره في:



١- التأكيد على مصداقية الخبر وخصوصاً إذا كان الحدث ذا أهمية وضخامة.

٢- حسم الموضوعات الخلافية ولاسيما عندما يكون المصدر أحد المسؤولين أو صانعي الخبر، فهناك أخبار تكون بحاجة إلى إسناد المعلومات التي تتضمنها تجنباً لإيجاد الشكوك لدى الجمهور وعدم تركه في حيرة من أمره حين تلقيه للمعلومات.

٣- إضفاء قوة وأهمية على الخبر ولاسيما إذا كانت تلك المصادر مهمة ومسؤولة وذات مسؤولية مؤثرة في الدولة أو في العالم.

٤- حماية كاتب الخبر فتُلقى مسؤولية المعلومات حينها على المصدر الذي صرّح بتلك المعلومات أو أكدها.

٥- إذا واجه المحرر خبراً ضخماً عبر مصدر إخباري وحيد لا ضرر في أن ينسب الخبر إلى مصدره الذي أورده، وفي هذه الحالة فإن القناة التلفزيونية تبرئ نفسها من أي أخطاء.

٦- حتى تحافظ القناة التلفزيونية على موضوعيتها، فإنها تتجنب تبني بعض المفردات أو المصطلحات التي توردها بعض وكالات الأنباء فتستخدم عبارات مثل (على حد قوله، حسب وصفه، ما سماه، ما اعتبره.. إلخ) مثال: جماعات وصفها وزير الدفاع الأمريكي بالجماعات الإرهابية على حد قوله.

٧- احتراماً للجمهور يجدر بالمحرر أن يفصح عن طبيعة مصادره قدر الإمكان.

ثالثاً: مصادر الأخبار



لكل قناة تلفزيونية ماكينة جمع أخبار قد تكبر أو تصغر حسب حجم وإمكانات المؤسسة الإعلامية، والهدف من هذه الماكينة اصطياد الأخبار وتأكيدها وتتطلب الماكينة حساً خبرياً عالياً ودراية واسعة بأحوال الناس.

لكي يكون لدى القناة التلفزيونية ماكينة لجمع الأخبار يجب أن يعلم المحررون:

- كيف يجمعون الأخبار، ومن أين يأتون بها.
- أن يعرفوا هل يلاحقون الخبر أو يسعون إلى حضوره وقت ولادته.
- أن يسعوا إلى تمييز أنفسهم بالأخبار الخاصة Exclusive.

من أبرز المصادر التي يعتمد عليها المحررون:

١- الإعلامي نفسه هو مصدر مهم للأخبار:

يُفترض في الإعلامي أن تكون لديه قدرة دائمة على استشعار الأخبار، وأن يستقيَ بعض أخباره من خلال حديثه مع أصدقائه وجيرانه وزملائه وأفراد المجتمع.

٢- خدمات الطوارئ:

ترد كثير من الأخبار عبر مصادر أقسام الشرطة، ودوائر الأمن المختلفة وإدارة المرور والمطافئ والدفاع المدني، والإسعاف والمستشفيات وحرس الحدود والموانئ والجيش.

٣- شبكة مصادر الإعلامي الشخصية:

تشمل هذه الشبكة السياسيين والمسؤولين وأولادَهم والمنظمات الحكومية، وغير الحكومية.

٤- الجمهور:

يعد جمهور القناة التلفزيونية جيشاً من الجنود المجهولين المستعدين لخدمة قناتهم، ويجب على الإعلامي أن يتواصل مع جمهوره لإمداده بالمقترحات والشكاوى والأفكار لإيجاد الأخبار.

٥- شهود العيان:

هم أفراد عاديون تصادف وجودهم في مكان الحدث، ويتمتع شاهد العيان عادة بتقدير واحترام ومصداقية لدى الجمهور فهو يقدم رواية فورية لما جرى، ويقدم الجانب الإنساني من الحقيقة، وحرصاً على المصداقية من الأفضل أن يحرص الإعلامي أن يتعامل بحذر مع ما يقوله شهود العيان وألا يعتمد على مصدر شاهد عيان وحيد، ويفضَّل أن ينسب إلى شهود العيان رواياتهم وألا يتبناها حتى لو بدت منطقية.

٦- الإعلاميون غير المتفرغين الذين يعملون بالقطعة Stringers & freelances:

هؤلاء الإعلاميون أكثر قدرة على اصطياد الخبر فهم يتجهون إلى مناطق يصعب عادة وصول الإعلاميين لها، وتحتاج معلوماتهم إلى التدقيق لعدم تمرسهم في العمل الإعلامي.

٧- وكالات الأنباء:

هي شركة تجارية تتخصص في جمع وتوزيع الأخبار على المشتركين في الخدمة مقابل مبالغ مالية، وهذه الوكالات لديها عشرات أو مئات أو آلاف المراسلين.

٨- شبكة الإنترنت:

هي مصدر يغري المحرر للحصول على المعلومات بسرعة ويسر، وهذه الشبكة تحتاج إلى تدريب الإعلاميين تقنياً لتقليص وقت البحث بين ملايين الصفحات،

وأن يكون لديهم القدرة على التمييز بين المواقع الجديرة بالثقة والمصادر الأخرى الأقل ثقة.

٩- أرشيف المعلومات:

هو كل ما يتم جمعه في ملفات سواء أكانت تضم وثائق حكومية أم تجميعاً لما يرد في وسائل الإعلام.

١٠- وسائل الإعلام المنافسة:

يمكن للإعلامي أن يحصل من الوسائل المنافسة على معطيات معينة يستكملها ليقدم أخباراً أكثر شمولية.

١١- البيانات الإعلامية والمؤتمرات الإعلامية:

حيث تعمد الشركات والمؤسسات الكبرى والمنظمات الدولية والدوائر الحكومية إلى إصدار بيانات، كما يمكن أن تعقد هذه المؤسسات مؤتمرات إعلامية لتلقّي أسئلة الإعلاميين.

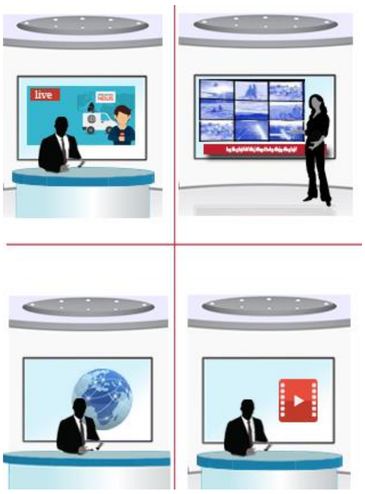
١٢- أجندة بالأحداث المتوقعة:

يمكن أن تضع المؤسسة أجندة بالأحداث المتوقعة لأيام وأسابيع وأشهر، وهذا ما يسمى بالـ Diary، وهذا الإجراء يوفر للمؤسسة أداة مثالية للتخطيط بهدف تغطية الأحداث وتجنب المفاجآت.

رابعاً: تحرير الخبر التلفزيوني

يرد الخبر في الشاشة التلفزيونية بصور مختلفة:

- الخبر المقروء من قبل المذيع من دون صور.
- خبر مصاحب لصور ثابتة أو غرافيكس.
- خبر مصاحب لصور والذي يقرؤه المذيع.
- تحرير الخبر بواسطة المندوب (المخبر).



أ) تحرير الخبر المقروء من قبل المذيع من دون صور :Read only



يلجأ الإعلاميون التلفزيونيون إلى هذا النوع من الأخبار في حال:

- الأخبار العاجلة، أخبار الرئاسية، أو السيادية، أو التي ترد في اللحظات الأخيرة، بحيث لا يتاح في الوقت المتاح إعداد مادة فيليمة أو غرافيكس مناسب لها.

- وإن اضطررت إلى تحرير هذه النوعية من الأخبار، يجب ألا تزيد مدة أي من هذه الأخبار عن ٢٥ ثانية أي ٥٠ كلمة باللغة العربية.

ب) تحرير الأخبار المصاحبة لصور ثابتة (غرافيكس) (Cap Of SS):

الحالات التي تستخدمها القنوات التلفزيونية في تحرير الأخبار المصاحبة لصور ثابتة.



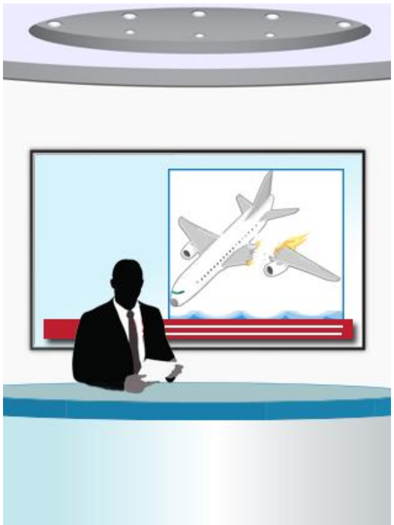
تلجأ كثير من القنوات التلفزيونية إلى اعتماد هذا الأسلوب وتستخدمه في عدد من الحالات التقليدية:

أخبار الزيارات المتوقعة أو المؤتمرات الإعلامية المهمة جداً والتي لم تحدث بعد، ومن الطبيعي إذا أراد الإعلامي إبرازها في نشرات الأخبار أن يستخدم صور الشخصيات التي ستكون محوراً للأخبار.

- الأخبار المهمة المتعلقة بمناطق نائية يصعب الوصول إليها، وهنا تستخدم عادة خريطة المنطقة.
- الأخبار العاجلة التي يُتوقع وصول صور لها لكن لا يمكن انتظارها مثل الحرائق والانفجارات وسقوط الطائرات.. إلخ.

قواعد استخدام الغرافيكس:

- الغرافيكس هو بديل المادة الفيليمة وبالتالي يجب أن يكون واضحاً.
- أن يرتبط مباشرة بالخبر.
- حوادث سقوط الطائرة أو اختطافها من الحالات النموذجية لاستخدام الغرافيكس.



ج) تحرير الأخبار المصاحبة للصور (التي يقرؤها المذيع) أو صيغة الاستقراء live voice over أو out of vision وهما اختصار OOV or LVO وتسمى في بعض القنوات العربية (فيديو).

شروط استخدام الفيديو في الأخبار:

- ألا تزيد مدته (المقدمة مع الفيديو) عن ٣٥ ثانية أي ٧٠ كلمة عربية.
- ألا يتكرر الخبر مرتين: مرة في المقدمة، ومرة في جسم الفيديو.
- أن يكون الربط بين الجزأين سلساً.

- أن تعبر كلمات الجزء الثاني عن الصور لا أن تصفها.
- أن يتم إبراز عنصر أو عنصرين خبريين فقط بشكل واضح.
- أن يتم انتقاء صور الجزء الثاني بعناية لتعبر عن الحدث.
- مراعاة تعديل الصور قليلاً بعد عدد من النشرات إن كانت القناة تعمل على مدار الساعة.
- ألا تُترك الصور على الهواء بعد انتهاء النص أي يجب القطع على المذيع مباشرة.

مثـال:

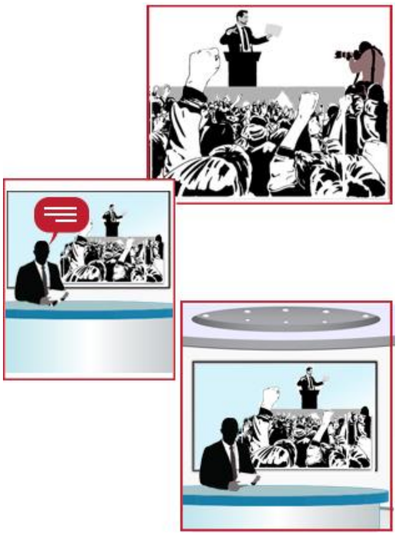
عممت وزارة الدفاع الأمريكية شريط فيديو يظهر عملية اغتيال زعيم تنظيم القاعدة أسامة بن لادن الذي اغتيل أمس الأول.

(OOV NEXT)

وتقول مصادر أمريكية إنها نفذت عملية الاغتيال في وقت متأخر من الليل في منطقة قريبة من العاصمة الباكستانية إسلام آباد، ونُقل عن مسؤولين باكستانيين أن هذه العملية جرت دون وجود أي تنسيق مع الحكومة الباكستانية.

(Cut Back to Press in vision)

د- تحرير الخبر بواسطة المندوب (المخبر) the reporter Package:



هو الشكل الأطول والأكثر تعقيداً، إذ تتراوح مدته بين ١,٥ إلى ٢,٥ دقيقة، وذلك حسب نوع الخبر وطبيعة النشرة، كما يوجد في هذه الصيغة مختلف الأشكال التي تتمثل في ظهور المذيع والمخبر والتعليق على الشريط والمقتطفات الصوتية والأحاديث والرسوم. حيث:

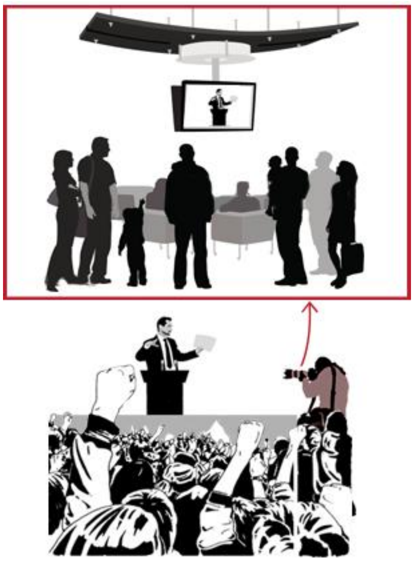
- يبدأ المذيع الرئيسي The Am char بتقديم الخبر والمخبر مستخدماً عبارة انتقالية.

- ثم يقوم المخبر أو المراسل على الشاشة بافتتاح الموضوع، ويبدأ بشكل متسلسل عرض الفقرات التالية.

- غالباً ما تكون الخاتمة بظهور المخبر مرة ثانية على الشاشة ليلخص الحدث في جملة أو جملتين، ثم يقدم اسمه وموقعه، واسمَ القناة، ويسمى الظهور الأخير Stand Close.

تستطيع هذه الصيغة:

- تقديم معلومات أكثر غنى عن الحدث من تلك التي تقدمها صيغتا القارئ أو الاستديو.



- ظهور المخبر أو المراسل في موقع الحدث يزيد من مصداقية الخبر، ومن مقدرته على الوصول والتأثير.

- تنوع عناصر التجسيد الفني في الخبر يزيد من حيويته وجاذبيته ومقدرته على معالجة أشمل للحدث.

مثال يوضح كيفية تحرير الخبر بواسطة المندوب.

مثال:	
صورة	**صوت**
مذيع الربط الرئيسي ٥ ثا	
	المذيع: والآن إلى إحدى المدارس حيث تجري امتحانات الثانوية العامة. مراسلنا ... من موقع الحدث
ظهور المراسل	

لقطات تأسيسية عامة. ثم لقطات موسطة، وقريبة وحركات بأن الكاميرا بطيئة على القاعات الصفية والطلاب يقدمون امتحاناتهم.	المراسل: تنطلق اليوم أولى امتحانات الشهادة الثانوية للعام الدراسي ٢٠١٥-٢٠١٦ . - صورة المراسل - يعلق على شريط شريط مصور Voice Over
(٣٠ ثا)	
- جدول (٤ ثا)	يوضح عدد المتقدمين لامتحانات الشهادة الثانوية بفرعيها العلمي والأدبي.
- قطع على وزير التربية يحيط به عدد من المسؤولين والمراقبين الامتحانيين (يُكتب اسم وزير التربية)	المراسل: حرص وزير التربية د. ... على الوجود في المركز الامتحاني منذ البداية للاطمئنان على سير العملية الامتحانية بنجاح
- قطع صورة على أحد الطلاب يكتب في ورقته الامتحانية	الطالب يتحدث عن مدى شمولية الأسئلة الامتحانية.
- قطع على أحد المراقبين الامتحانيين	المراسل: يسعى المراقبون الامتحانيون إلى تأمين جو هادئ للطلاب في أثناء الامتحان
(٣٠ ثا)	
صورة ظهور المراسل خارج سور المركز الامتحاني	صوت - هنا (يشير بيده إلى المركز الامتحاني) طلاب يخضعون لامتحان يحدد مستقبلهم وفي مكان قريب ينتظر الآباء بلهفة كيف ستكون النتائج.
صورة لأهالي بعض الطلاب ينتظرون خارج المركز الامتحاني /١٥ ثا/	
	ينهي المراسل بذكر اسمه واسم القناة واسم البرنامج.

إذا أراد مدير التحرير اختصار مدة هذا التقرير يمكن أن يختصر المراسل فيلغي ظهور أحد المراقبين أو الآباء الذين ينتظرون خارج المركز الامتحاني.

خامساً: مراحل عملية الخلق والإبداع في تحرير الأخبار التلفزيونية



١ اختيار الخبر:

العوامل التي يشملها اختيار الخبر:

يجد رئيس دائرة الأخبار أو رئيس الفترة أمامه عدداً كبيراً من الأخبار والموضوعات والأحداث، ويصبح ضرورياً القيام بعملية اختيار الأخبار المناسبة وتحديدها، وتشمل عملية الاختيار:

- تحديد الأخبار المناسبة.
- تحديد المنظور أو الزاوية المناسبة لتحرير كل خبر.
- تحديد الحدث الذي تراه الدائرة مهماً وتكليف محرر ومصور بتغطيته.

أسس اختيار الخبر المناسب:

تتم عملية اختيار الأخبار، وبالتالي اختيار القرارات المناسبة وفق الأسس التالية:

أ) استراتيجية القناة التلفزيونية العامة التي تنعكس على السياسة التحريرية للقناة.

ب) القوة الذاتية للحدث: بمعنى ما القيمة أو القيم الإخبارية التي يتضمنها الحدث: آثاره الهامة وضخامته، والشخصيات الهامة الفاعلة فيه، والجمهور المعني به، والسياق العام الذي حدث فيه، وقربه ومحليته، وطابعه الغريب والمثير، ومصدره الهام والموثوق، والقيم البصرية التي يمتلكها.. إلخ.

ج) السياق الذي جرى فيه الحدث.

د) الجمهور المتهم به: ما نوعية هذا الجمهور (عام، خاص)؟ ما حجم هذا الجمهور (واسع، ضيق)؟ ما درجة اهتمام هذا الجمهور بالحدث (قوية، عادية)؟

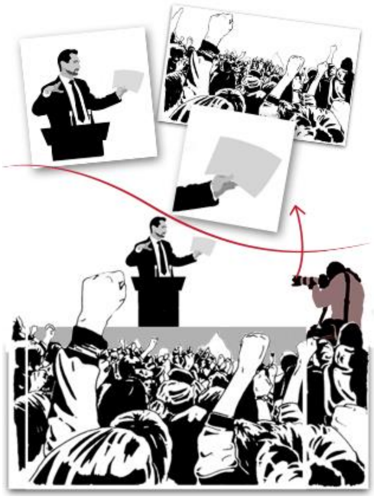
هـ) الحاجات الإعلامية التي يشبعها الخبر.

٢ فهم الحدث وتحديد الموقف منه والمنظور المناسب لمعالجته:



لا يمكن أن يكون الواقع بمعزل عن تأخير البشر ورؤيتهم هذه الرؤية التي ترتبط بالتكوين الفكري للبشر وبمصالحهم، وإعلامياً لا يوجد حدث مستقل أو محايد، فالأحداث لا توجد إلا من خلال معرفتنا بها وفهمنا لها.

٣- تحديد البنية البصرية للخبر



التلفزيون والخبر التلفزيوني معنيان بالبحث الدائب والمستمر عن تأمين أفضل القيم البصرية للمادة التلفزيونية وأكثرها غنى وتنوعاً وتعبيراً، وتشمل عملية تحديد البنية البصرية للخبر التلفزيوني:

أ) تحديد المادة المصورة وأنواعها ومصادرها، وتتضمن هذه الخطوة:

- الصورة الحية الميدانية التي يصورها فريق التغطية الإخبارية.
- الصور الثابتة لتغطية الحدث (صور شخصيات ومواقع وأماكن).

- المقاطع الفيليمة المصورة المأخوذة من الأرشيف.

ب) تحديد الإيقاع العام للخبر، ونوعية اللقطات المطلوبة التي يجب التركيز عليها عبر عملية تنسيق كاملة ومستمرة بين المحرر والمصور.

٤- تصوير الحدث:

التصوير في الخبر التلفزيوني تماماً كالكتابة في الخبر الصحفي، فعالية واعية ومخططة بعيدة عن أي ارتجال أو مزاجية، وتطرح عملية التصوير للأحداث قضايا مهمة وأخلاقية:

أ) يجب أن ينتبه الإعلامي المحرر، والإعلامي المصور أن مجرد حضور الكاميرا يضفي حيوية وأثراً على الشخصيات الموجودة في مكان الحدث، فتبدو أكثر نشاطاً وتفاعلاً، ثم تعود هذه الشخصيات إلى طبيعتها بعد مغادرة فريق التصوير.

ب) من المهم أن يتذكر المصور دائماً طريقة تحرير الخبر التي تمت مناقشتها والاتفاق عليها مع المحرر.

ج) إلى أي درجة يمكن للإعلامي والمصور التدخل (لمسرحة الحدث)، والقيام بنوع من الإخراج المسرحي قبل تصويره.

يتوقف الجواب عن هذا السؤال على حجم التدخل: هناك تدخل مبرر وآخر غير مبرر.

٥- تحرير الشريط المصور Videotape Editing:



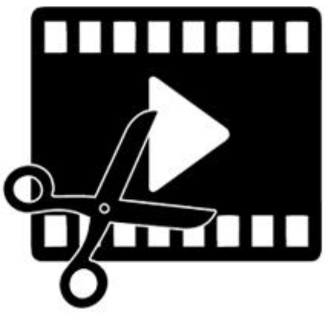
تعد عملية تحرير الشريط المصور مرحلة أساسية في العمل، ويتوقف على نجاحها الخبر التلفزيوني لأنها:

- ترتب وتنظم المادة المصورة وفق الخط العام لتغطية الحدث.
- تحذف من الشريط المصور كل ما هو غير معبر وغير مفيد لبناء الخبر.

تعطي للمادة المصورة معنى واضحاً ومحدداً.

- تخفف أقصى قدر من التماسك والترابط.
- تضمن وجود تسلسل زمني منطقي لسير الحدث.

توصيات من أجل تحرير ناجح:





١- يرتبط تعدد اللقطات وتنوعها وطولها بمضمون الحدث وقدرة كل لقطة على الإسهام في البنية البصرية للخبر.

٢- يجب الحرص على تحقيق أقصى قدر من التكامل والانسجام بين الصورة والكلمة.

٣- يجب استخدام القطع بين اللقطات بأسلوب مدروس، وألا يكون سريعاً حتى لا يُحرم المشاهد من إشارة تمهد له للقطة لاحقة.

٤- عندما تستخدم تقنية التعليق على الشريط المصور Voice over يجب الحرص على أن يكون الصوت الطبيعي للشريط المصور منخفضاً حتى لا يشوش على صوت المذيع.

٥- المشاهد الطويلة تحتاج دائماً إلى لقطات تأسيسية بعيدة وواسعة من أجل تحديد جغرافية المكان.

٦- فني تحرير الشريط المصور يقوم بالعمل نفسه الذي تقوم به العين البشرية للمشاهد.

٦-كتابة النص:



يمر التحرير الكامل للخبر التلفزيوني بمرحلتين أساسيتين:

الأولى هي تحرير الشريط المصور، والثانية هي كتابة النص، وعندما يكتب الإعلامي نص التعليق المرافق للشريط المصور يحاول التقيد بما يلي:

أ) تجنب التفاصيل والحشو، وهنا يجب أن يراعيَ الإعلامي تناسب نوعية اللقطة ومدة ظهورها على الشاشة مع ما تتضمنه من معلومات، وما تستطيع أن تعطيَه من انطباعات، وأن يلائم المحرر ما بين معطيات الصورة والكلمة المرافقة.

ب) تحقيق التكامل بين النص والمرافق والشريط المصور.

ت) تحقيق السرد الزمني في الخبر التلفزيوني.

ث) التقيد الصارم بالوقت الذي حدده رئيس الفترة الإخبارية

الخلاصة

تخضع الأخبار التي ترد إلى غرفة الأخبار إلى عمليات انتقاء وتحرير قبل بثها، ولا شك أن نسب الخبر إلى مصدره أو مصادره يزيد من ثقة الجمهور بالقناة التلفزيونية ومن تأثير هذه القناة، كما يفيد في إضفاء أهمية وقوة لبعض الأخبار، والمحافظة على موضوعية القناة، وهناك مصادر متعددة للأخبار منها: الإعلامي نفسه، وخدمة الطوارئ، والجمهور وشهود العيان، ووكالات الأنباء، وشبكة الإنترنت، وأرشيف المعلومات، ووسائل الإعلام المنافسة.. إلخ.

ثمة شروط لاستخدام الفيديو ضمن الأخبار من أبرزها ألا تزيد عن ٣٥ ثا ومراعاة تعديل الصور بعد عدد من نشرات الأخبار التلفزيونية.

وهناك مراحل عديدة لعملية الخلق والإبداع في تحرير الأخبار التلفزيونية: اختيار الخبر، وفهم الحدث والموقف منه، وتحديد الرؤية والبنية البصرية، وتحديد الحدث، وتحرير الشريط المصور.

المراجع

١- إبراهيم، محمد معوض، الخبر التلفزيوني من المصدر إلى الشاشة، القاهرة: دار الفكر العربي.

٢- بي بي سي العالمية للخدمات الموثوقة (٢٠٠٥)، مشروع الحوار الإسلامي، منشورات الـ بي بي سي.

٣- جواد، عبد الستار (١٩٩٩)، فن كتابة الأخبار، عمان: دار مجدلاوي للنشر.

٤- الحسيني، أميرة (٢٠١٠)، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، بيروت: دار النهضة العربية.

٥- حميدي، عاصف (٢٠١٤)، العمل الإذاعي والتلفزيوني مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع، أبو ظبي، مطابع الظفرة.

٦- حسن، حمدي (١٩٩١)، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، القاهرة: دار الفكر العربي.

٧- خضور، أديب (٢٠٠٠)، نظرية التلفزيون، دمشق: المكتبة الإعلامية.

٨- خضور، أديب، الحاج، كمال (٢٠١٤)، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دمشق: منشورات جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح.

٩- السيد، سعيد، إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، القاهرة: عالم الكتب.

١٠- شلبي، كرم (١٩٨٧)، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، جدة: دار الشروق.

١١- صالح، سليمان (١٩٩٨)، صناعة الأخبار في العالم المعاصر، القاهرة : دار النشر للجامعات.

١٢- منتيشر، ملفين (أديب خضور، مترجم)، تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، دمشق: المكتبة الإعلامية.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة:

١- نسب الخبر إلى مصدره يفيد في:

A- احترام الجمهور.

B- التأكيد على مصداقية الخبر.

C- حسم الموضوعات الخلافية.

D- إضفاء قوة وأهمية على الخبر.

E- كل ما ذكر صحيح.

الإجابة الصحيحة: e كل ما ذكر صحيح

٢- اختر الإجابة الصحيحة، من شروط استخدام الفيديو في الأخبار ألا تزيد مدته عن:

A- ٣٥ ثا.

B- ٤٥ ثا.

C- ٥٥ ثا.

D- ٦٥ ثا.

الإجابة الصحيحة: a ٣٥ ثا

٣- استخرج عنواناً رئيسياً من الخبر التالي:

قتل زعيم تنظيم القاعدة أسامة بن لادن في عملية عسكرية استهدفته في منطقة قرب العاصمة الباكستانية إسلام آباد، وقال متحدث باسم وزارة الدفاع الأمريكية إن قوة أمريكية خاصة نفذت عملية عسكرية للقضاء على زعيم التنظيم، وأكد أن العملية جرت دون وقوع إصابات في صفوف القوة الأمريكية الخاصة.

٤- تابع ثلاثة أخبار في ثلاث محطات تلفزيونية عربية وانقدها وفقاً لما مر معك من قواعد وملاحظات ضمن هذه الوحدة.

٥- قم بصياغة خبر للتلفزيون معتمداً على الحقائق التالية:

- مقتل ٢٧ كويتياً في تفجير مسجدين.
- مسيرات في العاصمة الكويتية تندد بالعمل الإرهابي.
- وزير الخارجية الكويتي يوجه الاتهام إلى تنظيم القاعدة.
- أمير الكويت يدعو جميع الكويتيين إلى الوحدة واللحمة الوطنية.

ملحق

قائمة المصطلحات التلفزيونية الإخبارية

Television News Terminology list

معنى المصطلح في الأخبار	ترجمة المصطلح بالعربية	المصطلح بالإنكليزية	N
Meaning in the news	Arabic Translation	English Term	م
	أماكن العمل	Places	1
	استديو البث حيث يوجد المذيعون والضيوف والكاميرات	Studio Plateau	2
هي أول ما يظهر على الهواء في بداية النشرات والمواجيز والبرامج، ويجب أن تكون ذات صلة بهوية القناة	مكونات النشرة	Bulletin Complaints	3
يفضل ألا تزيد عن ثلاثة، ويجب استخدام عبارات مختصرة (كل عنوان لا يزيد عن ٦ ثوان) ومن الأخطاء الشائعة دمج موضوعين في عنوان واحد ما يقلل من تأثير	العناوين الرئيسية	Headlines	4

معنى المصطلح في الأخبار	ترجمة المصطلح بالعربية	المصطلح بالانكليزية	N

م	English Term	Arabic Translation	Meaning in the news
			ويجب أن يكون هناك خلفية موسيقية وصاخبة لصور العناوين مع صوت المذيع، يفصل كل عنوان عن آخر فاصل موسيقي تقل مدته عن ثانية، كما يجب أن تنتهي بنهاية صوتية موسيقية ممتعة تشعر المشاهد أن العناوين قد قرئت.
5-	Mix dissolve	أمر بمزج الصورة	يصلح فقط للانتقال من غرافيكس أو صورة ثابتة إلى صورة متحركة كما يستخدم عادة للانتقال من التيترات أو الإشارة إلى المذيعين إلى الفاصل أو في العودة إلى الاستديو
6-	Fade	وهو أمر لمهندس الصوت لتقليل مستوى الصوت قبل القطع	يجب أن يقوم مهندس الصوت تلقائياً بذلك دون الحاجة إلى أمر عند انتهاء المدة المحددة للمادة الفيلمية

N م	المصطلح بالانكليزية English Term	ترجمة المصطلح بالعربية Arabic Translation	معنى المصطلح في الأخبار Meaning in the news
	Clip	عبارة عن مقتطف صوتي لمتحدث واحد دون صوت المذيع أو صوت الإعلامي أو المراسل، أما إذا كان المقتطف بلغة أخرى غير العربية فيجب ترجمته عبر الدوبلاج الصوتي مع ترك مساحة زمنية محددة في بداية ونهاية الصوت كي يستمع المشاهدون للصوت الأصلي بلغته الأصلية	هو في واقع الأمر VT وله مقدمة يقرؤها المذيع لكنه بصوت وصورة شخص واحد عام، يتم اللجوء إلى هذا النوع من الأخبار عندما يكون كلام المتحدث هو المحور الرئيسي للخبر بحيث يستحق أن يعرض بشكل مستقل عن أي عناصر أخرى ولا يجب أن تزيد مدة أي clip عن ٤٠ ثا ويمكن إعداد أكثر من Clip للمتحدث نفسه.
8-	Break	الفترة التي تتوقف فيها النشرة مؤقتاً لبث إعلانات تجارية أو فقرات ترويجية لبرامج القناة	عادة تحتاج النشرة التي تصل مدتها إلى ٣٠ دقيقة نحو فترتي توقف لبث إعلانات أو فقرات ترويجية لبرامج القناة، يجب أن يتم إعداد سيناريو الانتقال إلى الفاصل عبر برومو أو من دونه، والعودة إلى الاستديو عبر ما يسمى بالـ Sting
9	Titles	التأثيرات أو الإشارات	هي أول ما يظهر على الهواء في بداية النشرات والمواجيز والبرامج، ويجب أن تكون ذات صلة بهوية القناة.

N م	المصطلح بالانكليزية English Term	ترجمة المصطلح بالعربية Arabic Translation	معنى المصطلح في الأخبار Meaning in the news
10	Premo Prodticen	الفترة الترويجية التي يقدمها المذيع ليحث المشاهدين على البقاء لمتابعة خبر ما وهي عبارة عن OOV يقدم خلال النشرة (بعد قليل تتابعون)	يجب أن يكون كل برومو عبارة عن جملة واحدة مختصرة ومباشرة وجذابة وأحياناً يستحب استخدام الغموض الإيجابي لرفع درجة إثارة المشاهد كما يجب أن تكون الصور المصاحبة بالغة التأثير وإذا تكرر استخدام أكثر من برومو يجب تسمية البرومو بأسماء معينة لها علاقة بالمادة Premo / wedding.
11	Plzono	مقابلة هاتفية حية خلال نشرة الأخبار مع مراسل أو مع مسؤول أو خبير بموضوع ما	المقابلة الهاتفية هي مقابلة تتم على الهاتف، وبالتالي الهدف منها الحصول على المعلومات أو توضيح أمر ما باختصار (ويجب ألا تزيد مدة المقابلة الهاتفية عن ٣,٣٠ دقيقة)
12	Phone Camp	إطار الغرافيكس الذي يظهر صورة الضيف في صندوق مع خريطة أو صورة معبرة عن المكان الذي يتحدث منه في صندوق مجاور	يكتب اسم الضيف وصفته أو وظيفته تحت صورته بينما يكتب اسم المدينة التي يتحدث منها تحت صورتها أو خريطتها.

N م	المصطلح بالانكليزية English Term	ترجمة المصطلح بالعربية Arabic Translation	معنى المصطلح في الأخبار Meaning in the news
13	DTL (poem the lime) or way live In USA	مقابلة حية عبر الأقمار الاصطناعية مع مراسل أو مسؤول أو خبير في موضوع ما .	الفارق بينها وبين المقابلة الهاتفية هو توفر عنصر الصورة الحية، وبالتالي تعطي النشرة حيوية أكثر ويجب ألا تزيد مدة الـ DTL عن (٣,٣٠ دقيقة) بأي حال.
14	1+1 (Studina Guest)	مقابلة حية مع ضيف في الاستديو	يجب الحرص على اختيار ضيف الاستديو ويجب الاستعداد لاستخدام ٣ كاميرات على الأقل لإخراج المقابلة على أكمل وجه ويجب ألا تزيد مدة (١+١) عن (٤ دقيقة)
15	Primo starry	موضوع يستحق الترويج له خلال النشرة من أجل جذب انتباه المشاهدين وإبقائهم يتابعون النشرة حتى يتم تقديم هذا الموضوع	يفضل أن يكون تقريراً كما يجب أن يحتوي على عناصر جذب إنسانية
16	Astom Super Or CG (character generator of font)	هو ما يكتب على الشاشة لتعريف ضيوف المقابلات أو المتحدثين خلال التقارير أو للتعريف بموضوع الخبر، يستخدم كذلك للتعريف أن ما يبث هو خبر عاجل	يعد من وسائل الإيضاح لذلك يجب أن يكون بسيطاً ومحدداً وواضحاً

N م	المصطلح بالانكليزية English Term	ترجمة المصطلح بالعربية Arabic Translation	معنى المصطلح في الأخبار Meaning in the news
17-	Sting	هو جزء مختصر من إشارة النشرة من موسيقاها ومن الغرافيكس الخاص بها مدته حوالي (٦ ثانية)، ويبث إيذاناً بالعودة بعد الفاصل لاستكمال النشرة	
18-	Main story or lead story	الموضوع الأول أو الرئيس في نشرة الأقمار	عادة يتكون الموضوع الرئيسي عدد من الأخبار: تقرير + مقابلة حية + تقرير تحليلي أو خبر له علاقة أساسية بالخبر الرئيسي
19-	Headlin Story	أحد موضوعات العناوين أحد الموضوعين الرئيسين الآخرين في العناوين الثلاثة	عادة تطلق تسمية headline story على موضوع مرشح بقوة لأن يكون متحركاً ويحتمل أن يكون إما الموضوع الأول أو أحد موضوعات العناوين
20-	Read Of	أمر بمواصلة القراءة للمذيعين في حال حدوث ارتباك وعدم معرفة ما هو الخبر القادم فيقرر المخرج مواصلة القراءة إما من الأوتوكيو أو من النسخة المطبوعة	

N م	المصطلح بالانكليزية English Term	ترجمة المصطلح بالعربية Arabic Translation	معنى المصطلح في الأخبار Meaning in the news
21	Intro cimtrodticein Or Cue	مقدمة الخبر: عادة تكون مقدمة التقارير، لكنها تطلق أيضاً على مقدمات الـ OOVS أو Caps أو Clips والمقابلات	يجب أن تكون المقدمة خبرية مختصرة مباشرة واضحة
22-	VT (video Tape)	تقرير تلفزيوني منتج بصوت مراسل أو محرر	مصطلح يستخدم للإشارة إلى التقرير الذي يقوم المراسلون أو الصحفيون بتسجيله ومونتاجه للبث خلال النشرة ، (لا يجب أن يزيد طول التقرير الإخباري عن ٢,٥ دقيقة أو ٣ دقيقة في الميدان أما التقارير التحليلية التي تبث في نشرات خاصة أو برامج إخبارية فتتفاوت مدتها حسب سياسة القناة التحريرية)
23-	Ruining Order	قائمة الأخبار أو ترتيب النشرة	يجب أن يحصل كل أفراد العمل في الاستديو على نسخة من هذا الترتيب مع إمكانية وجود نسخة إلكترونية لإمكانية التعديل

N م	المصطلح بالانكليزية English Term	ترجمة المصطلح بالعربية Arabic Translation	معنى المصطلح في الأخبار Meaning in the news
24	Cap (captim) Or Ss (Still Stay)	خبر يتضمن أكثر من موقع على خريطة أو أكثر من صورة ثابتة أو أكثر من نقطة توضيحية	مصطلح يستخدم للإشارة إلى الخبر الذي يقرؤه المذيع على الهواء بينما تظهر خريطة أو صورة ثابتة تم يتم تغيير الصورة بصورة أخرى أو إضافة تفاصيل جديدة على الخريطة أو على الصورة (لا يجب أن يزيد طوله عن ٤٠ ثانية).
25	Presenter in vision (pressim vis)	المذيع يتحدث بلا فيديو أو غرافيكس	مصطلح يستخدم لتعريف فريق العمل بأن المذيع يظهر متحدثاً دون أي مكونات أخرى
26	Cue	أمر القراءة وهو يوجه للمذيعين للبدء بقراءة ما هو أمامهم من نص حسب ترتيب النشرة	
27	Programmed Editor	مشرف نشرات أو مشرف فترة وهي وظيفة توجد في بعض القنوات الإخبارية لضمان التنسيق بين منتجي النشرات على مدار اليوم	

الوحدة التعليمية الرابعة

كتابة التقارير التلفزيونية

أولاً: المقدمة



التقرير التلفزيوني هو مادة إعلامية تقوم على نقل المعلومات بحيوية، ويقوم على مجموعة من الوقائع والمجريات أو التفاصيل المرتبطة بحدث معين، ويعرض تفاصيل لا يمكن للخبر استيعابها ويدخل في التفاصيل الدقيقة، ويأخذ المعلومات من مصادرها الأولية، ويعمل التقرير على نقل الحدث للجمهور كأنه موجود في الحدث.

ثانياً: خصائص التقرير التلفزيوني



١. الآنية أي يجب تغطية الحدث بعد مدة قصيرة من وقوعه من نصف ساعة إلى ٨ ساعات كحد أقصى.
٢. نستخدم التقرير التلفزيوني عندما نريد التوسع والتعمق نسبياً في تقديم الحدث.
٣. التقرير التلفزيوني ذو طابع معلوماتي إخباري.
٤. نستخدم التقرير التلفزيوني عندما نريد أن نعطي التغطية الإخبارية لحدث ما طابعاً ذاتياً خاصاً متميزاً.
٥. نستخدم التقرير التلفزيوني عندما نريد أن نعطي للحدث أهمية أكبر.
٦. نستخدم التقرير التلفزيوني عندما نريد أن نعطي التغطية للحدث طابعاً إنسانياً.
٧. نستخدم التقرير التلفزيوني عندما نريد استهداف الجمهور المتوسط في الانتباه والاهتمام.

التساؤلات التي يجيب عنها التقرير التلفزيوني الجيد:



التقرير التلفزيوني الجيد هو الذي يجيب عن تساؤلات المشاهِد التالية:

- ماذا حدث؟
- ما التطورات الأخيرة لما حدث؟
- ما القضايا التي يجب فهمها للربط بين تلك التطورات؟
- لماذا يعد حدث ما مهماً؟

ثالثاً: مواصفات التقرير التلفزيوني الجيد

١- وحدة الموضوع: بمعنى ألا يهدف التقرير إلى بحث أكثر من قضية، وأحياناً يمكن للمراسل الجيد الربط بين موضوعين فقط إن كانت هناك علاقة عضوية ومنطقية بينهما.

٢- الجمل القصيرة تسمح لقارئ التقرير بالتقاط أنفاسه كل ٣ إلى ٥ ثوانٍ، وهي المدة نفسها التي يحتاج إليها المشاهد لالتقاط أنفاسه.

٣- ما بين التقاط نفس وآخر يجب أن تُترك الصورة تتنفس، وصوت أنفاس الصورة هي الأصوات الطبيعية المصاحبة لها.

٤- التقرير الجيد يجب أن يُقسم إلى أجزاء منطقية كل جزء تتراوح مدته بين ١٥ و٢٠ ثانية، والسياق هو إما موضوع واحد أو موقع جغرافي واحد – داخل المدنية نفسها – ويساعد هذا التقسيم المشاهِد على فهم السياق العام للقضية.

٥- السياق الزمني يجب أن يسير في اتجاه واحد: إما من الأحدث إلى الأقدم أو العكس، ولا يجوز استخدام الاتجاهين في التقرير نفسه.

٦- السياق المكاني يجب أن يسير في اتجاه واضح أي أنك بدأت من موقع ما واتجهت إلى موقع آخر، وربما يمكنك فقط العودة في نهاية التقرير إلى الموقع الأول، لكن بالتأكيد لا يمكن التحرك أكثر من ذلك.

٧- المقتطفات الصوتية داخل التقرير يجب أن يتم التمهيد لأصحابها في النص بتعريف إلى أي اتجاه ينتمون، وفي الصورة بأن نشاهدهم في أماكنهم الطبيعية يمارسون حياتهم اليومية وذلك قبل أن يبدؤوا بالحديث.

٨- استخدام الغرافيكس في التقرير لا يجب أن يعكس بشكل مفضوح نقص المادة الفيليمة بل يجب أن يكون في سياق توضيح معلومات وبيانات يصعب توضيحها دون استخدام الغرافيكس (أرقام، إحصائيات، استطلاعات رأي، نتائج انتخابات.. إلخ).

٩- استخدام الصور الأرشيفية يجب أن يكون في سياق واضح لا أن يخدع المشاهد، ويجعله يخلط بينها وبين الصور الحديثة.

١٠- ظهور المراسل في التقرير إن كان ميدانياً يجب أن يكون مبرراً وأن يضيف الكثير من شعور المشاهد بروح الموضوع.

١١- يسير التقرير التلفزيوني على قدمين:

- الأولى هي المعلومات والوقائع المتعلقة بالحدث.
- الثانية هي رؤية الإعلامي كشاهد عيان لهذا الحدث.

وعلى هذا الأساس تتشكل الطبيعة الموضوعية والذاتية للتقرير التلفزيوني.

١٢- يقدم التقرير معلومات وأفكاراً ووجهات نظر حول الجوانب المختلفة للحدث، ولكنه لا يقدمها كحقائق وأفكار مجردة مستخدماً أسلوب السرد بل يقدمها غالباً على لسان الشخصيات المعنية بالحدث أو المشاركة في صنعه.

رابعاً: كيف يعد الإعلامي تقريره التلفزيوني؟



المرحلة الأولى (المرحلة التمهيدية).

المرحلة الثانية (كتابة النص).

المرحلة الثالثة: المونتاج.

أ- المرحلة الأولى (المرحلة التمهيدية):

أولاً: تحديد الموضوع



يختار الإعلامي موضوعه بالتشاور مع رئيس التحرير، وكل موضوع يتضمن عدداً هائلاً من العناصر الخبرية، ويجب أن يكون الإعلامي حاسماً في استبعاد العناصر الثانوية التي قد تزيد الموضوع تعقيداً.

ثانياً: تحديد مصادر المعلومات ذات المصداقية

مصداقية المعلومات أمر يعتمد على العلاقة الموجودة بين الإعلامي ومصادره حتى وإن أصبحت أسر التحرير تتلقى طلبات متزايدةً من قبل المصادر التي تريد تمرير وإيصال رسائلها، فإن الإعلامي يبقى مستقلاً كلياً عن مصادره مع أنه يتعين عليه توطيد العلاقة مع هذه المصادر وتجديدها حتى يحظى الإعلامي بالمصداقية لدى المشاهدين.

أساليب تنظم عمل الإعلامي للوصول إلى المعلومات:

1. **امتلاك دفتر عناوين حقيقي:**

إن نوعية دفتر العناوين الخاص بالإعلامي واتساع قائمة اتصالاته الشخصية يساهمان في نجاحه ومصداقيته.

2. **تكوين ملف خاص بأشخاص مصادر:**

هذا الملف الذي يتقاسمه مجمل أعضاء أسرة التحرير يسمح باختيار المتحدث الأكثر مصداقية والأكثر تميزاً أو الخبير الملائم لكل تقرير، ويقع تعيينه يومياً حتى يتيقن من عدم لجوء أسرة التحرير إلى المتحدثين أنفسهم.

3. **الحفاظ على علاقات دائمة ومستمرة مع المصادر المنتمية إلى مؤسسات:**

المؤسسات والمنظمات السياسية والرابطات الرياضية وغيرها تتواصل بشكل مستمر، وهنا يتعين على الصحفي أن يبحث على الدوام عن مصادر للمعلومات تلك من دون نقل المعلومات بصفة آلية عن المصادر المؤسساتية ونشرها، في المقابل يكتفي الصحفي بالاطلاع على التقارير الرسمية لمعرفة القرارات الاستراتيجية ومواكبة معلومات المصدر.

4. **الاتصال برجال الإطفاء، رجال الشرطة والمستشفيات على الدوام:**

بالنسبة للإعلامي، إنها وسيلة فعالة للتزود بالمعلومات بشكل يومي وبسرعة حول الأحداث والمتفرقات والمظاهرات.

5. **استغلال كل مصادر المعلومات المنشورة في الصحافة:**

هذه المصادر تقدّم اتجاهات لمعالجة المعلومات، لكن لا يجب استغلالها بصورة كلية.

6. **البقاء في حالة استنفار بفضل برقيات وكالات الأنباء:**

وتعد أحد الوسائل الأساسية للبقاء على اطلاع على آخر الأحداث المحلية، الوطنية أو العالمية، وإيجاد الطريقة المثلى لاستغلالها تناغماً مع الخط التحريري الذي نتقيد به.

7. **الحرص على المراقبة المركّزة:**

وذلك من خلال مواقع الإنترنت والشبكات الاجتماعية لإيجاد مصادر جديدة للمعلومات.

٨- التأكد من المعلومة على الأقل مرتين من أجل اعتبارها موثوقة.

نموذج يوضح العلاقة بالمصادر من الأقل مصداقية إلى الأكثر مصداقية

لا يملك الإعلامي مصدراً للمعلومات.	لا يقوم الإعلامي بمبادرة الحصول على المعلومات. لقد طُلب منه تغطية حدث أو نشر معلومة: فهو غير فعّال	يسعى الإعلامي إلى الحصول على المعلومات التي يحتاج إليها، فهو يقوم بالمبادرة للحصول على المعلومة. هو نشيط
يملك الإعلامي مصدراً واحداً للمعلومات.	خطر حقيقي للقيام بمعالجة دعائية أو تقرير إشهاري.	خطر الوقوع في فخ القيام بدعاية من دون الانتباه للأمر.
استلهم الإعلامي من مصادر عدة للمعلومات.	خطر محدود في الوقوع في فخ التقرير الدعائي لكن البقاء متيقظاً.	قيمة مضافة للإعلامي.

ثالثاً: تحديد الرؤية العامة والموقف حول الحدث

هذه خطوة مهمة جداً، فلكل مؤسسة إعلامية منظورها ورؤيتها إزاء كل حدث معين، وبالتالي يؤثر ذلك على طريقة إعداد التقرير، وهذه الرؤية تتحدد من خلال الاجتماع مع هيئة التحرير:

وتنقسم هذه اللقاءات إلى:

جلسة الأحداث المنتظرة:

تحدث مرة في الأسبوع، وذلك لتخطيط برنامج التقارير وتوقّع الأحداث الحالية أو الممكن حدوثها، كما أنها تجمع الكوادر الخاصة بالتحرير من الإعلاميين المحررين والمصورين والمساعدين والمشرفين على الأرشيف.

تنظر هذه الجلسة في كل الطلبات الواردة من خارج القناة، ويتم رفضها أو قبولها، وتُسجل المواضيع التي يتم قبولها في مفكرة خاصة بالتحرير.

جلسة التحرير:

تقام ٨ ساعات أو ٦ ساعات قبل نشرة الأخبار من أجل بناء نشرة اليوم وتعقد بمشاركة جميع إعلاميي التحرير، وبحسب حجم القناة التلفزيونية ينضم إليها أيضاً المسؤولون والطواقم التقنية.

تبدأ الجلسة باستعراض صحف اليوم ثم استشارة المفكرة التنظيمية للتحرير، ويبدي كل مشارك في الجلسة وجهة نظره واقتراحاته، فيختار رئيس التحرير المواضيع التي ستُعالَج ويحدد زوايا التقارير التي سيتم إعدادها، وهكذا وبعد أن يبدي كل عضو رأيه تتم بلورة السياق المسبق لدليل نشرة الأخبار، وتدوم هذه الجلسة من ٢٠ إلى ٤٥ دقيقة.

الجلسة التحضيرية:

تُقام ساعتين أو أربعة قبل النشرة الإخبارية، ويتم ضبط الأولويات الهرمية النهائية للنشرة من قبل رئيس التحرير ونائبه ورئيس النشرة والمحررين والمذيع مقدم النشرة، ويحدد الجميع التسلسل النهائي لسياق النشرة.

تكون هذه الوثيقة النهائية بمثابة «الدليل» لكل فريق الإنتاج:

- المصور في الاستديو.
- مهندس الفيديو.
- مهندس الصوت.
- مسؤول المؤثرات الخاصة.
- المقدّم.

الجلسة الانتقادية:

وتتم مباشرة بعد نشرة الأخبار بهدف الإشارة إلى نقاط القوة ونقاط الضعف فيها، وذلك بحضور كل الإعلاميين والتقنيين الذين شاركوا في البث، وتتم مناقشة المشكلات التقنية في أثناء البث وكذلك المسائل الفاشلة والنجاحات الصحفية المسجلة.

المعلومات المستخلصة من هذه الجلسة توزّع في اليوم التالي في بداية جلسة التحرير، كما يمكن تنظيم عرض نقدي لمراجعة جزء أو كامل النشرة الإخبارية وتحسين بناء النشرات الإخبارية التالية.

طريقة الاستعداد مسبقاً للأحداث المتوقعة:



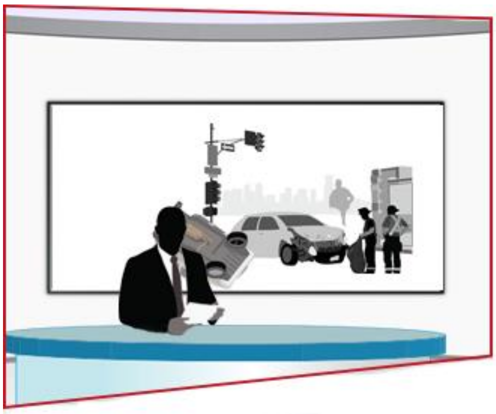
كي لا يعتمد إنتاج الأخبار على الطلبات الواردة من السلطات والمؤسسات فقط يجب توقع الأحداث التي يمكن أن تحصل.

عند نهاية جلسة التحرير يقوم رئيس التحرير أو أحد نوابه بمراجعة الرزنامة من أجل رؤية الأحداث المتوقعة بعد ١٥ يوماً أو ٣٠ يوماً، ويعيّن فريقاً للتفكير في كيفية تغطية الموضوع.

بالنسبة إلى هذا الفريق لا يتعلق الأمر بإنجاز تقرير في أجل ١٥ أو ٣٠ يوماً بل التفكير فيه مسبقاً حتى يستعد لليوم الذي يقع فيه الحدث ويكون متفطناً لكل المعلومات الواجب استعمالها ومدركاً للمصادر التي عليه إتباعها ومبتكراً في الإنجاز.

رابعاً: إجراءات البحث العلمي:





الإعلامي الجيد يفترض جهله التام بالموضوع، أي لا يبدأ بأي افتراضات مسبقة أو صور نمطية، ويجب أن يستشير الإعلامي من لهم صلة بالموضوع (طبيب، محامٍ، مهندس، رجل شرطة.. إلخ)، ويجب أن يمحّص في كل النصائح التي ترده فقد تحتمل الخطأ، ثم يستخدم المعلومات الأولية التي تنير له طريق البحث عن مزيد من المعلومات.

خامساً: تحديد الشخصيات التي ستظهر في التقرير

مهما كان شكله أو مدته، فإن الحوار التلفزيوني يعد من أهم الأجزاء المؤثرة في التقرير، وحضور الشخص المحاوَر (الضيف) يجسد كلماتٍ مختارة يجب أن يتم إخراجُها بوسيلة نتحكم فيها.

نصائح مهمة عند محاورة الشخصيات ضمن التقرير:

١_ اختيار الإطار وزوايا التصوير والتقاط الصوت، كلها عناصر تساهم في تكوين مضمون الحوار ومعناه وأهميته بالنسبة للمشاهد.



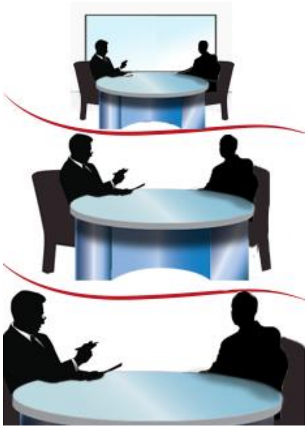
٢_ دائماً يُفضل إجراء الحوارات ضمن المكان: الخباز أمام فرنه، والرسام أمام لوحته، ولاعب كرة القدم وهو يتدرب في الميدان، حيث إن الإطار الذي يعيش وينشط فيه الشخص المحاور سوف يضفي إلى المزيد من المصداقية على محتوى التصريحات والاهتمام بالإطار الذي يجري فيه الحوار حتى يعطي معلومات أكثر.



٣- إذا كان الحوار طويلاً وستتم تغطيته جزئياً بالصور في أثناء عملية التركيب فإن الصور التي تم التقاطها للغرض من الضروري أن تضيف معانيَ مكملة للحوار.



٤_ ضرورة مراعاة اختيار زاوية التصوير القادرة على تجسيم معنى الكلمات التي يتضمنها الحوار:



- صور قريبة: يكون الكلام شخصياً وحميمياً.
- صور متوسطة البعد: يظهر الشخص المستجوب إلى مستوى الصدر فيكون الكلام عاماً.
- صور شبه عامة وبعيدة: الكلام رسمي (التصريحات الرسمية أو العامة).

٥_ الضروري الاهتمام بالعناوين الثانوية.



بالنسبة إلى حجم صورة الشخص المستجوَب لا بد من أن يترك نحو خُمس الجانب السفلي للصورة لكتابة اسم الشخص المستجوَب ووظيفته أو صفته.

6- الإطار أي اتجاه الكاميرا أو الزاوية عند تغيير الموضوع مع الشخص المستجوَب:



- قبل بداية التصوير التثبت بالنسبة للصور القريبة من الخلفية لتفادي مناظر مشوهة.

مثال: آلة أو شيء ما يخفي رأس الشخص المستجوب جزئياً أو مثلاً كلمات مكتوبة في الخلفية وراء الضيف تشير إلى حمام أو.. إلخ، كل ذلك يقع التثبت منه قبل بداية التصوير، فالصورة القريبة هي التي تبرر وجود وصحة الصورة الخلفية، ويجب التأكد من أن خلفية الصورة أو الصوت لا تصرف النظر عن الحوار.

- التثبت من أن المستجوَب لا يتحدث مباشرة إلى الكاميرا حتى يكون نظره قريباً من الكاميرا من دون أن يتوجه إليها مباشرة.
- على الإعلامي الوقوف إلى جانب المصور ومسك المايكرفون باليد المعاكسة للكاميرا.

الإجراءات التي تأخذ عند تحديد الشخصيات التي ستظهر في التقرير:

1- عندما يكون الصحفي المحاور في الصورة:



يمكن أن يظهر الصحفي في الصورة مع ضيفه المستجوَب إذا كان ذلك الظهور يضيف معلومات لإبراز مثلاً أن الصحفي يتقاسم التجربة نفسَها مع ضيفه أو من أجل إبراز مختلف مراحل التحقيق.

2- إعداد الحوار حسب سيناريو معين:



لا مبرر لمثل هذه الحوارات حتى إذا كانت لا توجد أي إمكانية أخرى لإجراء الحوار، يكون ذلك مقبولاً إذا قبل الضيف أن ينقل أمام الكاميرا حركات أو

وضعية ما يمكن أن يقوم بها فعلاً خارج إطار اللقاء.

3- الحوار في أثناء المشي:



تلك وسيلة يمكن أن تضفي حركية وديناميكية على الصورة وتتيح المجال لإظهار إطار الموضوع في خلفيتها.

4- الحوار عبر الهاتف:



ويعد الأسوأ، وما يبرر استعمال مثل هذه الطريقة هو عزلة المستجوَب أو ضرورة إخفاء هويته أو الصبغة العاجلة ويُستحسن استعمال المعلومات التي يتم الحصول عليها عبر الهاتف في كتابة التعليق.

سادساً: البناء الأولي للتقرير التلفزيوني

يعني هيكل التقرير، وقد يكون بناء التقرير بالاعتماد على التسلسل الزمني هو الأسهل، لكن الموضوعات الإخبارية غالباً ما تكون معقدة ولا يسعف التسلسل الزمني في معالجتها، ولذلك يجب على الإعلامي أن يربط منطقياً بين كل مجموعة من أجزاء التقرير برابط منطقي بحيث تبدو وكأنها ممسكة بأيدي بعضها بعضاً.

ينقسم ذلك البناء في منحيين:

- ما يتعلق بالصورة:

اختيار الزاوية هو أمر أساسي، فالزاوية هي الطريق التي تؤدي إلى الخطاب انطلاقاً من الموضوع، والمدخلان المتاحان لتناول الموضوع يسمحان بتصوّر كل الاحتمالات ورسم السياق الملائم الذي يمكّن من توليد أكبر قدر ممكن من المعلومات.

- ما يتعلق بالنص.

مثال: لنفترض حدثًا، فيضانات في قرية:

- نقوم بداية بتصميم جدول ونقسمه:

– عمودياً ونضع قائمة بالعناصر الفاعلة في هذا الحدث (من؟)

– أفقياً: الإشارة إلى كل المحاور التي سيتم التطرق إليها (ماذا؟)

- ثم نقوم بتعبئة الجدول بكل المعلومات المجموعة حول الحدث: الأرشيف الوثائق، الحوارات عبر الهاتف، التصريحات، الشهادات عبر الإنترنت.
- البحث عن الخانات الفارغة: إنها المسائل التي يجب البحث فيها لإيجاد القيمة المضافة للتقرير، في النموذج التالي لا يدلي رئيس المنطقة بأي تصريح حول أسباب الفيضانات، فيقرر الصحفي التعمق في البحث.
- تحديد الزوايا التي تولّد المحاور أو الإشكالات الأكثر حدة بالنسبة إلى تقرير قادم، وهي مسطرة في الجدول التالي:

المحاور مَن؟ ماذا المساهمون في الحدث	**الأسباب التقنية**	**وقائع**	**تنظيم الإغاثة**	**الحلول التقنية**
سكان ضحايا		**فيضانات في الطابق السفلي**	**محمول بالطائرة المروحية خلال الليل**	**طلب مساعدات لإعادة البناء “الثابت“**
سكان ضحايا		**تفاجأ الأب وهو مستغرق في نومه**	**وصلت متأخرة جداً**	
رئيس بلدية القرية	**لا مساعدة من الدولة لإعادة بناء السدود الواقية من المياه**	**عجز أمام تدفق المياه**	**تنسيق سيئ: وصول النجدة في وقت متأخر جداً**	**مستقبل القرية في خطر**
رئيس المنطقة	**؟؟**	**تنسيق عمليات الإنقاذ**	**نجاح خطة الإنقاذ**	**تدمير المنازل في مناطق الفيضانات**
مهندس معماري	**قدم السدود الواقية**			**إعلان المناطق الحساسة “غير قابلة للبناء“**

نجدة رجال الإطفاء		حصيلة أعداد الناجين والمفقودين	عدم توافر الوسائل الكافية للتصرف بسرعة	
صيّاد		شوهدت الموجة قبل ساعتين		إلغاء مشروع ما

سابعاً: البناء الزمني للتقرير التلفزيوني





عادةً يقال: يجب أن تبدأ التقارير التلفزيونية بالصور الحديثة أو الصور الأكثر تأثيراً، لكن هذا الأمر ليس ملزماً واقعياً، ويمكن أن يبدأ الإعلامي بلقطات ليست الأحدث أو الأكثر تأثيراً.

ثامناً: تحديد أحجام ومدة التقارير أو الريبورتاجات في نشرة الأخبار

1- صور فقط مصحوبة بتعليق (صوت مسجل أو عبر مصدر خارجي).

هي مقاطع من الصور مدتها بين ١٥ و٣٠ ثانية يصاحبها تعليق لمذيع الأخبار في الاستديو.

وخلال التركيب يتعين:

- تطابق دقيق وتناسق بين التعليق والصورة أو الصورتين المؤثرتين.
- إبراز المقدمة (عن طريق الصورة أو النص بأن يبدأ عادة ما بين 5 إلى 10 ثوانٍ قبل الصور).

- تركيب صور النهاية بصفة مطولة لتسهيل عملية الرجوع إلى المذيع بالاستديو عند نهاية آخر كلمة من تعليقه على الصور.

2- حوار فقط:

الحوار التلفزيوني هو خبر لا يحتاج إلى توضيح أو تغطية بصور مجسمة، ومن الضروري أن تبرز أهميته من خلال عملية البث (شهادة استثنائية وحيدة نادرة خاصة مؤثرة).

3- التقرير أو الريبورتاج الميدان:

التقرير الميداني يتضمن صوراً يصاحبها صوت طبيعي يمكّن من إظهار الواقع من قريب، ويحث التعليق الوصفي المشاهِد على متابعة الصور ويفسح المجال للصوت الطبيعي.

4- **مؤطر توضيحي على الشاشة:**

عندما يتعلق الموضوع بمجالات مجردة يصعب تجسيمها بالصورة فإن التعليق التوضيحي التفسيري يمكنه الاعتماد على:

- صور وكالات أو صور من الأرشيف.
- بيانات ورسومات تنجز باستعمال الإعلامية (الكمبيوتر).

5- الملف:

ويتناول موضوعاً وحيداً من زوايا متعددة بتقديم تصورات مختلفة، ويمكن أن تصل مدة الملف في نشرة الأخبار إلى ٤ دقائق، وبالنسبة إلى البرامج الإخبارية أو الصفحات الخاصة أو الريبورتاج الطويل تصل المدة إلى ما بين ١٣ و٥٦ دقيقة.

تاسعاً: إعادة بناء خط التقرير



عادةً ما يتعذر الحصول على موافقات بالتصوير أو صعوبة الالتقاء بشخصيات معينة ضمن سياق التقرير ما يستدعي إعادة هيكلة خط التقرير من جديد.

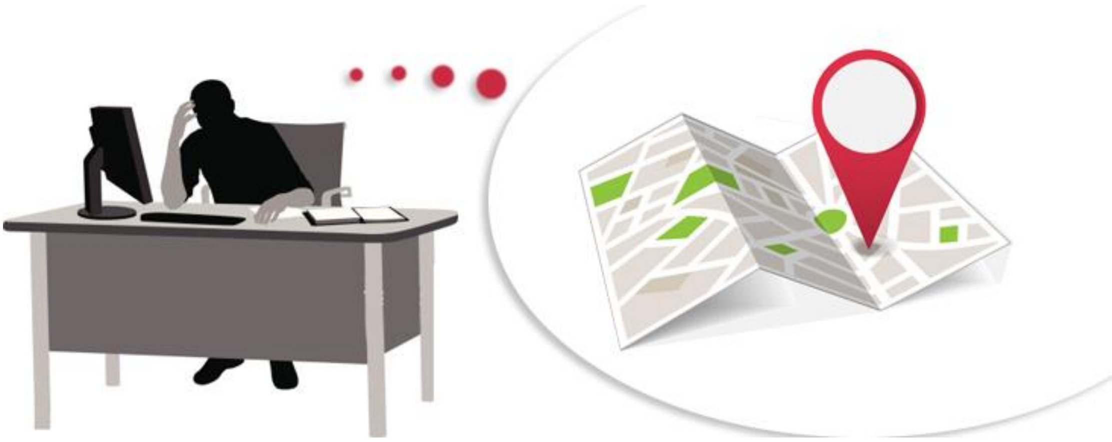
عاشراً: إجراء البحث اللوجستي



تعد هذه المرحلة من أكثر مراحل العمل الميداني أهمية، فبعد أن يرسم الإعلامي بناءه شبهَ النهائي للتقرير وتُتخيل الأماكن المطلوبة للتصوير والضيوف المحتملين يجب أن يعرف:

- كيفية الوصول إلى تلك الأماكن؟
- هل حصل على التصاريح اللازمة للحركة والتصوير؟
- ما الميزانية اللازمة؟
- من هم أعضاء الفريق الفني المصاحب؟
- ما المعدات الفنية اللازمة؟
- هل يمكن إنهاء التصوير والمقابلات في يوم واحد؟

حادي عشر: زيارة الموقع (إن أمكن)



يجب على الإعلامي أن يجتهد في إتمام هذه الزيارة في وقت وظرف أقرب ما يكونان للوقت والظرف الذي سيقوم فيه بالتصوير، وهذه الخطة تساعد في (عدم التفاجؤ بإجراءات مطلوبة للدخول إلى مكان الحدث، واكتشاف طرق متاحة للهرب إذا كان تصوير الحدث ينطوي على درجة من الخطر.. إلخ).

ثاني عشر: الاجتماع بالفريق الفني ورسم خطة التصوير.

ب- المرحلة الثانية (كتابة النص):

أولاً: مقدمة التقرير التلفزيوني Intro Or Cue

المقدمة تبرر للمشاهد أسباب وجود التقرير، كما أنها تقوم بالترويج للتقرير أو تجذب المشاهد للبقاء أمام الشاشة ومتابعة التقرير.

معايير كتابة المقدمة للتقرير التلفزيوني:

١- أن تكون إخبارية أي تحتوي على معلومات تبرر الموضوع.

٢- أن تكون مبتكرة أي أن تقدم المعلومة بصورة جديدة مختلفة عن الخبر العادي لأنها تمهد لتقرير من المفترض أن يقدم المزيد.

٣- أن ترتبط بالتقرير ولاسيما في الجزء الأول منه لكنها يجب أن تتجنب تكرار ما سيرد في الجزء الأول.

٤- ألا يكتفي المشاهد بمشاهدتها بمعنى ألا تغنيَ عن التقرير.

٥- ألا تزيد مدتها عن ٢٥ ثانية بأي حال.

٦- أن تتضمن القليل من الغموض الإيجابي بمعنى أن تثير المشاهد للبقاء.

٧- أن يتم تطوير وإعادة صياغتها باستمرار.

٨- الحرص على إبراز الجوانب الإنسانية للحدث ضمن المقدمة.

كتابة التعليق على التقرير:

التعليق في بداية ونهاية التقرير يكتسب أهمية بالغة من ناحية الوضوح والتأثير على المشاهدين، ويتقدّم التقرير من مشهد إلى آخر بفضل التعليق المفسِّر لكل محطة منه المدعَّم بصور ومشاهد ولقطات أساسية مصحوبة بتعليق في هذا الصدد، ويمكن أيضاً للتعليق أن يعلن عن استجواب أو تفسير وضعية معينة.

الأولوية هي في كتابة نص الإعلان عن التقرير وإرساله إلى المذيع مقدم النشرة، وفي ذلك فائدتان:

- يتعرّف المقدم على التقرير بشكل مبكر مما يمكنه من إعادة كتابة الإعلان عن التقرير وحسن إدماجه في النشرة.
- عند تمكّن المقدم من المعلومات التي تضع التقرير في سياقه يستطيع أن يفكر في تقديمه بطريقة مشوقة وجذابة.

كتابة تعليق لكل مشهد:

يكتب الصحفي التعليقات اللازمة (تعليق١، تعليق٢، تعليق٣) حسب عدد المشاهد في التقرير، وهذه التعليقات ليست مصاغة بالشكل نفسه:

- **تعليقات تفسيرية:** فهي عميقة ومستقلة عن الصور.
- **التعليقات الأساسية:** تشير إلى المشاهد الرئيسية والأجواء مع إضافة معلومات أخرى لا يمكن للصورة أن تحملها، "التعليق الأساسي" يشدّ المشاهد الذي قد يهتم فيما بعد بتفسير إضافي أكثر تجرداً.
- هنالك تعليقات أخرى لتقديم أو شرح مقتطفات من المقابلات أو تفسير ظروف إنتاجها.

المفاتيح الأساسية للتقرير:

البداية الناجعة والنهاية الملائمة:

بعد كتابة التعليق، يقوم الصحفي بالعمل من جديد على البداية (انطلاق التعليق) والنهاية (نهاية التعليق)، وهناك صيغتان بسيطتان فيما يتعلق بالشكل، وثالثة فيما يتعلق بالمضمون، وعند توفيرهما يعبران أحسن تعبير عن الموضوع والهدف.

صقل الكتابة:

عادة يكون التعليق طويلاً جداً ما يجعل الصحفي يسرع في وتيرة قراءته من دون اختصار المحتوى، ويمكن دائماً تخفيف شكل التعليق بإتباع التالي:

- إبراز الكلمات الأساسية وذلك بحذف كل الكلمات غير المفيدة التي تحيط بها.
- تجنب الكلمات التي تكرر أو تشوّش على الصور التي اتخذها المصور.
- تجنب الكلمات التي تظهر في الإعلان عن التقرير أو في مقتطفات المقابلات.
- اختيار مجموعة من الكلمات المعبرة يتم اختيارها لتلخيص التقرير كنوع من "المرجعية" الخاصة والفريدة التي تميّز التقرير.
- الانتباه من التشويش "هالو": يكفي أن تكون هنالك كلمة واحدة معقدة (غير مفسرة أو غير مفيدة) للتشويش على كل التقرير (حتى إذا كان التعليق بسيطاً جداً).

ثانياً: الجو العام

الصحفي الجيد هو من يتمكن من نقل الجو العام إلى المشاهدين إلى الدرجة التي قد تجعلهم يتذوقون الطعم نفسه، ويستنشقون الرائحة نفسها بل ويشعرون بالخطر نفسه.



نصائح لكتابة نص التقرير:

١- اعتمد جملاً بسيطة قصيرة.

٢- استخدام التضاد: مثال: بدأت المفاوضات بهذه الخطوة فهل ستنتهي بالهرولة.

٣- استخدام الصوت الطبيعي لإكمال النص.

٤- استخدام تفاصيل صغيرة في الصورة لاختفاء الطابع الوجداني على النص، مثال: عامل يقص أغصان الأشجار في حديقة ستشهد مؤتمراً صحفياً في الهواء الطلق.

٥- اكتب كما تتحدث وتجنب الجمل الاعتراضية.

٦- تجنب الغموض أو المصطلحات الصعبة.

٧- استخدم (أنت – نحن) وكأنك تخاطب المشاهد أو تتحدث كفرد من أفراد المجتمع.

٨- استخدم الأرقام في أضيق نطاق، استخدم كلمة نصف قرن بدلاً من خمسين عاماً.

٩- لا تستخدم الغرافيكس لسد نقص الصورة بل كوسيلة إيضاح.

ثالثاً: الكتابة للصورة

أبسط قواعد الكتابة للصورة هي ألا يلجأ الإعلامي مطلقاً إلى استخدام أي لقطة لملء الفراغ، وألا تكتب كلمة واحدة من دون التأكد من وجود الصورة الملائمة، وهذا يعني أن يكتب الإعلامي فقط لما لديه من صور.



وما دمنا نتحدث عن التلفزيون فإننا نتحدث عن الصورة ذلك العامل البصري، ويتوجب على معد التقرير أن يشاهد الصور المتوافرة لديه قبل مباشرته بكتابة نص تقريره، ويرافق هذه الخطوة تدوين ملاحظات حول الصور من أجل إعداد قائمة صور (Shat List).

وعندما نقول إننا نكتب للصورة في التقرير التلفزيوني، فإن هذا لا يعني بالضرورة التطابق بين النص والصورة، وإنما يعني التوافق والتكافل بينهما.

نصائح لكتابة ناجحة لصور تقرير تلفزيوني:



١- احرص على مشاهدة الصور بتأنٍ وأخذ التفاصيل كاملة مع مدة كل لقطة.
٢- تأمل الصور كمشاهد وتساءل عن الموضوع وعن السياق.. حاول أن تقسمه فوراً إلى أجزاء منطقية ثم تخيل كيفية الربط بينها.
٣- استخدم أقصر الجمل وأكثرَها إيقاعاً.
٤- انظر إلى اللقطات واجعلها ملهماً للكلمات.
٥- استمع جيداً إلى الصوت المصاحب وإلى المقتطفات الصوتية.
٦- اكتب أقل من مدة الصور المتاحة (أقل من النصف).
٧- لا تلجأ أبداً إلى استخدام تصريحات أو مقتطف صوتي كصور لتغطية نص مكتوب.
٨- احرص على التتابع المنطقي في الصور (على الرغم من أن هذا يندرج في إطار مهام فني المونتاج).
٩- يجب أن تكون مقنعاً ومبرراً لاستخدامك تلك اللقطة من اللقطات في التقرير التلفزيوني.

رابعاً: المقتطفات الصوتية (الاقتباسات)



إن تضمين التقرير التلفزيوني بمقاطع صوتية وتسجيلات واقتباسات من تصريحات المسؤولين أو المراقبين أو الشهود على حدث معين يضفي مصداقية أخرى على التقرير إلى جانب الصورة.

نصائح مهمة لاستخدام المقتطفات الصوتية:

١- يجب على الإعلامي أن يحرص على التمهيد للمقتطفات الصوتية بالنص والصور، ويتطلب الأمر استماعاً جيداً للمقتطفات وتخيل طريقة مونتاجها مع النص.

٢- لا يكفي أن يعتني المحرر باختيار الشخص المتحدث بل عليه أيضاً أن يكون دقيقاً في اختيار المقطع الذي يخدم الموضوع بشكل عام ويخدم الفقرة التي يأتي التسجيل الصوتي في سياقها بشكل خاص.

٣- إن الاعتدال في استخدام المقاطع المسجلة أمر مهم بمعنى أن عدد المقاطع ومدة كل مقطع يجب أن يكونا معتدلين.

٤- لا يجب استخدام الاقتباس في مطلع التقرير، ولا يجب استخدامه في ختام التقرير.

٥- يجدر بالمحرر توخي الدقة في الترجمة ولاسيما في مطلع الاقتباس ونهايته بحيث يُظهر للجمهور تطابقاً ومصداقية بين اللغة الأصلية للاقتباس والترجمة التي ترافقه.

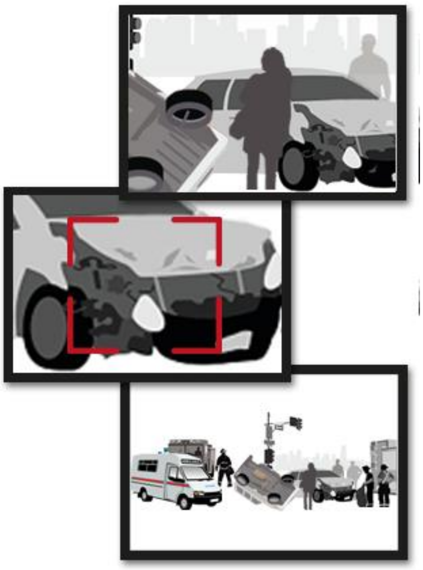
خامساً: الغرافيكس

الغرافيكس مؤثر بصري يقرّب صورة الحدث إلى ذهن المشاهد، ويكون بديلاً ناجحاً عن الصورة الحية، ويتضمن (رسوماً توضيحية، وخرائط،.. إلخ)، ومن المحاذير في استخدام الغرافيكس أن يتم استخدامه في مطلع التقرير أو في نهايته لأن ذلك يظهر أولاً ضعفه في



توفر الصورة الحية، كذلك فإن استخدامه يكون عادة بحاجة إلى ما يمهد له ويوضح ما سيعرضه هذا المؤثر البصري.

سادساً: التصوير والتأكد من صلاحية اللقطات



إجراءات قبل التصوير:

قبل التوجه إلى موقع التصوير يجب أن:

- يتأكد المحرر من وجود خطة العمل معه ومع بقية عناصر الفريق.
- يأخذ التصاريح اللازمة للتصوير.
- يصل إلى مكان الحدث في وقت واحد مع فريق التصوير.
- يحدد المحرر للمصور خطة التصوير التي تتضمن زوايا التصوير وأحجام اللقطات ومدة تصوير اللقطات.
- يحرص على التقاط أكبر قدر ممكن من لقطات تظهر الناس وهم يمارسون حياتهم الطبيعية.

ومن النصائح الجيدة عن التصوير الإكثار من اللقطات القريبة والقريبة جداً Close-ups؛ لأن المشاهد يشعر أنه اندمج مع القصة كلما اقتربت القصة من التفاصيل.

سابعاً: طريقة الإعداد



ثمة نصائح مهمة لأداء جيد في تقديم التقرير التلفزيوني:

١- أن ينتهج الإعلامي التلفزيوني طريقة الحوار وليس التوجيه أو الأسلوب الخطابي.

٢-أن يكون تلقائياً وغير غريب عن الجو المحيط (الملابس، الأسلوب، الإيقاع.. إلخ).

مثال: أن يلبس لباساً أنيقاً في مكان كارثة طبيعية ومن حوله المنكوبون.

٢- يمكن أن يتحرك الإعلامي، ويفضل أن تتحرك الكاميرا إليه.

٣- يمكن أن يشير الإعلامي إلى موقع خلفه أو حدث يجري من دون مبالغة أو تصنع.

٤- يمكن أن يؤدي الإعلامي المراسل أداءً مبتكراً غير متصنع مثل ركل كرة، أو إغلاق باب، أو تناول شراب.. إلخ.

ج_ المرحلة الثالثة: المونتاج:



وهي عملية مهمة جداً وتعد عملية الإخراج الثانية، فترتَّب اللقطات المصورة بطريقة تعكس أسلوب القناة وسياستَها من حيث إبراز عناصر من الخبر والتقرير على غيره من العناصر.

يركز بناء التقرير خلال عملية التصوير، ثم عند مشاهدة اللقطات، وعموماً قبل المونتاج يختار الإعلامي مشهد البداية والنهاية للتقرير، وينظم المشاهد الرئيسية التي تبرز الخبر الرئيسي وتطورات القصة، ومن الضروري أن يحترم التركيب النسق العادي للصورة والصوت في كل مشهد، أما سرد أطوار التقرير، فيمكن أن يُدعم في أثناء عملية التصوير (مؤثر الواقع) أو من خلال تركيب الصور أو من خلال التعليق.



خلال مشاهدة الصور يحدد الإعلامي اللقطات الرئيسية التي تشكّل الخطوات المهمة في المونتاج، والمراحل البارزة في التقرير:

١. مشاهدة كل اللقطات والاحتفاظ فقط بتلك التي تتلاءم مع الموضوع ومع جوهر التقرير: وضعيات خاصة، مقابلات، صور، أصوات مميزة، أجواء.

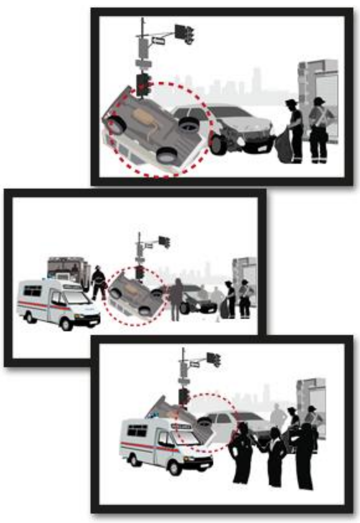
٢. التعرف على كل لقطة بفضل كلمة أو أكثر من الكلمات الأساسية التي تشير إلى محتواها وخصوصياتها مثل: زوايا التصوير، محاور، شخصيات، أماكن.

٣. تسجيل موقع كل لقطة يتم اختيارها وإنزالها على خط المونتاج، وذلك بذكر توقيت الصورة الأولى وتوقيت الصورة الأخيرة من اللقطة، (خط المونتاج هو الذي يتم فيه إنزال الصور المختارة).

٤. تجميع اللقطات المختارة في ملفات خاصة ومعروفة.

٥. تنظيم هذه الملفات في شكل "مجموعات من اللقطات".

ما هي مجموعة اللقطات؟



في معظم الأحيان يكون تصوير المشهد باعتبار وضعية معينة وفي مكان وزمان محددين، كما أن احترام وحدة المكان والزمان والحدث يمكن أن يكون إحدى النقاط الأساسية في إعداد التقرير.

إيجاد سياق أوحد "خط أحمر" يرشد المشاهد:

- صورة مميزة أو صوت مميز يتكرر على طول التقرير.
- شيء ما أو شخص يكون كالمرجع للتقرير.
- الوصف (لإجراء أو لقطاع) يتم من خلال مشاهد منظمة بشكل جيّد.
- مسار، تسلسل زمني، تحليل مدعم بلقطات مصورة أو مقاطع صوتية.

لا بد من الإشارة إلى أن المنطق الإعلامي لا يتلاءم في معظم الأحيان مع التسلسل الزمني، سواء كان التسلسل المتعلق بالأحداث أم التسلسل الزمني للتصوير. توقيت "الواقعة" يختلف عن توقيت السرد الإعلامي الذي يتطلب وضع المعلومة الأساسية دائماً في بداية التقرير.

ملاحظات مهمة لمونتاج التقرير التلفزيوني:



١. يبادر بوضع المعلومة الرئيسية أو المشهد الرئيسي في مقدمة التقرير (من خلال الصورة أو الصوت).
٢. اختيار المشهد الافتتاحي والمشهد الأخير للتقرير.
٣. بناء قصة التقرير على نسق إيقاعي يمر من نقطة قوية تشد المشاهد إلى أخرى بالتأثير نفسه (اللقطات الأساسية).
٤. إبراز أطوار القصة بفضل تركيب يأخذ بعين الاعتبار التناغم في الصورة والصوت بالنسبة إلى كل مشهد، كما يحترم اللقطات الموزعة على مجموعات ويجتنب الصور الفريدة التي لا تنتمي إلى مجموعة.
٥. إبراز كل مشهد بواسطة كلمة أساسية: إنها فكرة جيّدة للتأكد من تسلسل القصة وكتابة التعليق بسرعة وإتقان.

في النهاية:

إعداد التقرير التلفزيوني ليس إلا نوعاً من الأنواع الإعلامية ينطبق عليه ما ينطبق على العمل الإعلامي من معايير الدقة والحياد والموضوعية.

الخلاصة

التقرير التلفزيوني هو مادة إعلامية تقوم على نقل المعلومات وتعرض تفاصيل مرتبطة بحدث معين، ومن خصائصه الآنية، ويُستخدم للتوسع في تقديم الحدث، وهو ذو طابع معلوماتي، ويستخدم التقرير التلفزيوني عندما نريد:

- إعطاء أهمية أكبر للحدث.
- إعطاء التغطية للحدث طابعاً إنسانياً.
- استهداف الجمهور المتوسط.

ومن مواصفات التقرير الجيد وحدة الموضوع.

يُعِد الإعلامي تقريره التلفزيوني مروراً بمراحل ثلاث:

- الأولى تمهيدية تتضمن تحديد الموضوع وتحديد الرؤية العامة والموقف حول الحدث وإجراء البحث العلمي، والبناء الأولي للتقرير، والبناء الزمني له، وإجراء الاتصالات بالمعنيين وإعادة بناء خط التقرير، وزيارة الموقع، والاجتماع بفريق العمل ورسم خطة التصوير.
- أما المرحلة الثانية فهي كتابة النص بما يتضمن من نقل الجو العام للمشاهد، واستخدام المقتطفات الصوتية، وتوظيف الغرافيكس والتصوير.
- أما المرحلة الثالثة والأخيرة فهي المونتاج.

ملحق

جدول يوضح التوقيت النموذجي لعناصر تدخل في تكوين النشرة الإخبارية

الموضوع	المدة
– مدة الخدمة الإخبارية	٢٧ دقيقة
– عدد المواضيع والملفات المطروحة	٦ موضوعات
– مدة التقرير الإخباري	٢,٣٠ دقيقة
– مدة الاقتباس داخل التقرير	١٥ ثانية
– مدة اللقطة داخل التقرير	لا تقل عن ثانيتين ولا تزيد عن ٤ ثانية
– مدة خبر لا تتوفر له صور وستتم الاستعانة بالغرافيكس	٣٠ ثانية
– مدة خبر يقدمه المذيع وترافقه صور Live Voice over	٤٥ ثانية
– مدة إظهار الغرافيكس في خبر still Story	١٠ ثوانٍ
– عدد المقابلات	مقابلتان
– مدة المقابلة الواحدة	٣ دقائق
– عدد الفواصل الإعلانية	واحد
– مدة الفاصل الإعلاني	١,٣٠ دقيقة
– مدة الإشارة الافتتاحية للنشرة	١٠–١٥ ثانية
– مدة الإشارة الختامية للنشرة	١٠–١٥ ثانية
– مدة مقدمة التقرير الإخباري	٢٠–٣٠ ثانية

المراجع

١- إبراهيم، محمد معوض، الخبر التلفزيوني من المصدر إلى الشاشة، القاهرة: دار الفكر العربي.

٢- بي بي سي العالمية للخدمات الموثقة (٢٠٠٥)، مشروع الحوار الإسلامي. منشورات الـ بي بي سي.

٣- جواد، عبد الستار (١٩٩٩) فن كتابة الأخبار، عمان: دار مجدلاوي للنشر.

٤- الحسيني، أميرة (٢٠١٠)، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، بيروت: دار النهضة العربية.

٥- حميدي، عاصف (٢٠١٤)، العمل الإذاعي والتلفزيوني مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع، أبو ظبي، مطابع الظفرة.

٦- حسن، حمدي (١٩٩١)، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، القاهرة: دار الفكر العربي.

٧- خضور، أديب (٢٠٠٠)، نظرية التلفزيون، دمشق: المكتبة الإعلامية.

٨- خضور، أديب، الحاج، كمال، (٢٠١٤) الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دمشق: منشورات جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح.

٩- زلطة، عبد الله (١٩٩٩)، الكتابة للراديو والتلفزيون.

١٠- السيد، سعيد، إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، القاهرة، عالم الكتب.

١١- شلبي، كرم (١٩٨٧)، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، جدة: دار الشروق.

١٢- صالح، سليمان (١٩٩٨)، صناعة الأخبار في العالم المعاصر، القاهرة: دار النشر للجامعات.

١٣- منتيشر، ملفين، (أديب خضور، مترجم)، تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، دمشق: المكتبة الإعلامية.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة:

١- ليست من خصائص التقرير التلفزيوني:

A- الآنية.

B- يُستخدم عند استهداف الجمهور المثقف.

C- ذو طابع معلوماتي إخباري.

D- كل ما ذكر صحيح.

E- كل ما ذكر خطأ.

الإجابة الصحيحة: b **يُستخدم عند استهداف الجمهور المثقف**

٢- ليس من مواصفات التقرير التلفزيوني الجيد:

A- وحدة الموضوع.

B- الجمل القصيرة.

C- **يقدم التقرير المعلومات كحقائق.**

D- كل ما ذكر صحيح.

E- كل ما ذكر خطأ.

الإجابة الصحيحة: c **يقدم التقرير المعلومات كحقائق**

٣- **مؤثر بصري يتضمن رسوماً توضيحية، خرائط.. إلخ:**

A- الدوبلاج.

B- الغرافيكس.

C- الفوتومونتاج.

D- كل ما ذكر صحيح.

E- كل ما ذكر خطأ.

الإجابة الصحيحة: b **الغرافيكس**

٤- تمرين: اجمع خمسة أخبار مختلفة حول موضوع واحد وقم بإعداد تقرير تلفزيوني على أن يكون فيه اقتباس واحد وثلاثة بنود محددة تستعين بالغرافيكس لإنجازها.

٥- اكتب تقريراً تلفزيونياً مدته ٢ – ٢,٣٠ دقيقة عن تخريج الدفعة الأولى من كلية الإعلام.

الوحدة التعليمية الخامسة

الكتابة للبرامج الثقافية والعلمية التلفزيونية

أولاً: المقدمة



يقوم التلفزيون بدور متميز في نشر الثقافة والعلم بين الجمهور، والبرامج الثقافية والعلمية من حيث المفهوم هي المواد التي تقدَّم في التلفزيون بهدف تبسيط موضوع أو فكرة ثقافية، كما يعالج الأخبار والاكتشافات والظواهر العلمية والتطورات في الحياة العلمية مستفيداً من إمكانات التلفزيون.

ثانياً: شروط البرنامج الثقافي والعلمي التلفزيوني



البرامج الثقافية والعلمية وسيلة لتحقيق الهدف الثقافي، وعليها أن تستكمل شروطاً عدة تساعدها على تحقيق وظيفتها، ومن أهم هذه الشروط:

١- الاستفادة من إمكانات التلفزيون في تقديم الثقافة للجمهور بشكل مقبول.

٢- أن تعتمد على تبسيط الثقافة تبسيطاً لا يهبط بمستواها وإنما يجعلها مفهومة.

٣- أن تتخطى عقبات الملل الذي يصاحب المادة الجافة، وأن تتحاشى أسلوب التلقين، وأن تتسم بالتنوع في الموضوع والأسلوب والشكل، بما يتناسب مع اتساع مجالات الثقافة وتنوعها وغناها.

٤- أن تتنوع البرامج الثقافية بحيث تحقق التنوع في فروع الثقافة المختلفة.

٥- أن ترتبط هذه البرامج بمفهوم الثقافة بوصفها كياناً له مقوماته التي تميزه عن التعليم من ناحية وعن الإعلام من ناحية أخرى.

٦- أن تضع في حسبانها أنها موجهة لغير المختصين وللشريحة الأكبر من المتلقين بما يمكنهم من فهمها واستيعابها ومتابعتها، والاستمتاع بها في الوقت نفسه.

٧- أن تضع في حسبانها احترام حق التعبير وأهمية الحوار وتعددية الآراء، وتبتعد قدر الإمكان عن الرؤية وحيدة الجانب.

ثالثاً: وظائف وأهداف الإعلام الثقافي والعلمي التلفزيوني

يمكن إيجاز وظائف وأهداف الإعلام الثقافي والعلمي فيما يلي:



١- الإسهام في بناء مجتمع المعرفة عن طريق تزويد المشاهد بالمادة الثقافة والعلمية المبسطة.

٢- الإخبار عن الأخبار الثقافية والكشوف العلمية والتطورات التقنية لوضع المتلقي في صورة تطورات العلوم والتقنيات في العالم.

٣- تغطية الفعاليات الثقافية والعلمية ووضع الجمهور العام في مشهد تلك الفعاليات والنشاطات الثقافية والعلمية.

٤- بث الوعي الثقافي والعلمي.

٥- تشجيع روح الإبداع والابتكار وتقدير الثقافة والعلم: إن تقديم المبدعين والمتميزين من العلماء والباحثين، والإشادة بنشاطاتهم وإنجازاتهم وتقديرها واحترام جهودهم يسهم في تشجيع الإبداع والابتكار في المجتمع.

٦- تلبية الحاجات الاجتماعية للجمهور، فالإعلام الثقافي والعلمي يمكنه معالجة الكثير من مشكلات الفرد والمجتمع.

٧- تفسير الظواهر الطبيعية والحقائق العلمية وهذا يتيح للجمهور فهمها وإدراك أبعادها، وهو إلى ذلك ينمي التفكير العلمي ويبتعد في تفسير الظواهر عن الاعتقادات الخاطئة.

٨- الاهتمام بالتطورات العلمية في العالم.

٩- تشجيع البحث العلمي.

١٠- دعم نشاطات المؤسسات العلمية وفعالياتها.

١١- معالجة السلبيات: إذ يعوّل على الإعلام الثقافي والعلمي كشف الخلل والسلبيات التي تحيط بعض الممارسة اليومية في حياة الإنسان، وتقويمها بنظرة علمية رصينة وأمنية عن طريق مصادر المعرفة العلمية، وعن طريق إشراك المؤسسات العلمية والبحثية في تلك المعالجات.

رابعاً: مستويات تأثير الإعلام الثقافي والعلمي التلفزيوني

يمكن للإعلام الثقافي والعلمي أن يمارس دوره في التثقيف العلمي في ثلاثة مستويات هي:

- المستوى المعرفي: بتقديم المعرفة والمعلومات العلمية بأسلوب مبسّط وجذاب يستوعبه المشاهد.
- المستوى الفكري: بإعادة صياغة القالب الثقافي للمتلقي ومن ثم للمجتمع.
- المستوى السلوكي: بتوجيه اختيارات وقيم وسلوكيات المشاهد في الاتجاه الذي يخدم تنمية المجتمع.

خامساً: الموضوعات الثقافية والعلمية القابلة للإنتاج التلفزيوني

إن الموضوعات الثقافية والعلمية التي يمكن إنتاجها لا حصر لها، تتوازى مع سعة الحياة الثقافية والعلمية وغناها، وفي هذا الإطار يمكن ذكر بعض الموضوعات القابلة للإنتاج:



أولاً: الأعلام (الشخصيات):

إن التاريخ الإنساني عموماً، والتاريخ العربي خصوصاً غني ووافر بالأعلام والشخصيات في مختلف مجالات النشاطات الثقافية والعلمية، وقد كان للأعلام (الشخصيات) دور مهم في إغناء الثقافة والاعتناء بها.

معايير برامج الأعلام (الشخصيات) التلفزيونية:

هناك مجموعة من المعايير يمكن للقائم على إنتاج المواد والبرامج الثقافية التي تتناول الشخصيات أو الأعلام أن يضعها في اعتباره:

١- أن يقدم علَماً (شخصية) أو عالماً أو مفكراً أو سياسياً أسهم في ثقافة عصره، أو في الثقافة الإنسانية كلها، وأثر فيها وتأثر، ويجب ألا يقدم العلم (الشخصية) كشخص فقط بمعزل عن إنتاجه الفكري أو الثقافي أو العلمي.

٢- أن يسلط الضوء على العصر الذي عاش فيه والظروف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية، والتيارات الفكرية التي كانت سائدة.

٣- توضيح مدى تأثر الشخص أو العلم بمحيطه العلمي والإقليمي والعالمي في مجال إبداعه.

٤- أن ينتج البرنامج الثقافي والعلمي للمشاهد متوسط الثقافة، بما يجعله سهل الفهم، والاستيعاب، وسريعَ التأثير.

٥- أن يتم الاهتمام بالإسقاطات المعاصرة للشخصية وإنتاجها، بما يجعل المشاهد يهتم بالشأن المعاصر المشابه.

٦- أن يشمل الإنتاج أعلاماً من مختلف العصور القديمة والحديثة، وبعض المعاصرين من المنتمين إلى مختلف صنوف الثقافة والفكر والإبداع والمعرفة، ومن مختلف التيارات الثقافية.

٧- ألا يتم تناول العلم (الشخصية) بوصفه تراثاً فقط بل حامل فكر استقى ممن قبله، وأثر فيمن بعده، ومازال فكره وإبداعُه يجد مكاناً في التيارات الثقافية المعاصرة سواء كجزء منها أم كمرجعية لبعضها.

٨- أن يتم تناول الموضوع من مختلف جوانبه.

الأعلام (الشخصيات) المرشحون كموضوعات للبرنامج:

- فلاسفة عرب، وعالميون.
- مفكرون.
- جغرافيون.
- أدباء مبدعون: شعراء، كتاب، قصصيون من القدماء والمعاصرين.
- مسرحيون وسينمائيون، وفنانون تشكيليون.
- علماء ومتميزون في أحد المجالات العلمية (أطباء، مهندسون.. إلخ).

ثانياً: المعالم:

المعالم هي الآثار والرموز الباقية من حضارات وثقافات قديمة تسجل نشاطات حضارية وثقافية، وهي كالأعلام أو الشخصيات نتاج حضاري، وتعبير عن مدى عمق الثقافات وغناها.

ويمكن إنتاج برامج ثقافية تتناول المعالم الآتية:

١- المعالم الدينية (الجوامع والكنائس والأديرة)، وتقدم من جوانب عدة:

- طرازها المعماري وتاريخها ومن قرر بناءها أو أسهم فيه.
- نوع العلوم التي كانت تدرّس فيها.
- أهم الأعلام ورجال الدين الذين تخرجوا فيها، وأثرها في الفقه والتشريع والفلسفة والفكر والثقافة.

٢- المعالم الثقافية:

- المدارس التي أدت دوراً علمياً أو ثقافياً.
- المنتديات والصالونات الثقافية (أدباء، صحفيون.. إلخ).

٣- المعالم التاريخية:

- القلاع والحصون: أنماطها المعمارية، وتاريخ بنائها، ومن قرر بناءها أو أسهم فيه، وأسباب اختيار المكان والتصميم، والمرحلة التاريخية التي بُنيت فيها وظروفها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعسكرية، والمهمات والأدوار التي أدتها، ووضعها الحالي.

- أبنية أثرية: كالقصور والأقواس، ويركَّز هنا على التنقيب المعماري، والوظيفة التاريخية، وظروف المرحلة التي أنشئت فيها.
- المسارح والحمامات: ويؤخذ في الحسبان أنها معالم تاريخية وثقافية، والظروف التاريخية التي كانت تؤديها.
- أماكن حدثت عليها أو لها أحداث تاريخية مهمة.
- المدن: يتم التركيز على الأسباب التي فرضت موقع المدينة وتاريخها وطرازها المعماري، وتوسعَها وأهم المنشآت فيها، والمراكز الثقافية والدينية والعمرانية فيها، وبعض المعالم الجغرافية، ودورها الاقتصادي والسكني والثقافي، وبعض الأعلام والشخصيات التاريخية التي نشأت فيها، ومصاعبها المعاصرة (التوسع الصناعي، والتلوث البيئي.. إلخ).

٤- معالم جغرافية:

- الأنهار الرئيسية: معلومات عن النهر، منبعه ومصبه، وطوله وروافده وغزارته، ودوره الاقتصادي والسكني والاجتماعي، وأثره في محيطه، ودوره التاريخي.
- الجبال المشهورة.
- الصحارى.
- الوديان.

ثالثاً: النشاطات الثقافية والعلمية:

- معارض الكتب.
- مهرجانات السينما والمسرح.
- معارض الفن التشكيلي.
- فن العمارة.

رابعاً: تاريخ الأعمال الإبداعية:

- المسرح: تاريخ المسرح العالمي والعربي والمحلي، وأهم المسرحيات ورواد المسرح، وأهم المسرحيين العالميين.

- السينما: تاريخ السينما العربية، وأهم الأفلام، وأهم الموضوعات التي عالجتها، ورواد السينما العربية.
- الصحافة والطباعة: تاريخ الصحافة السورية والعربية، وتاريخ الطباعة، وأهم الصحف، والأدوار التي أدتها، ورواد الصحافة.

خامساً: الأديان:

- توزع المسلمين في العالم وأوضاعهم، والتعريف بأصول الدين والمذاهب.
- توزع المسيحيين في العالم، وطوائف الدين المسيحي.
- الحوار الديني بين الأديان.



سادساً: الجغرافيا السياسية في العالم:

ويتم تسليط الضوء على التحالفات السياسية، وتوزع الأحزاب في العالم.



سابعاً: قضايا ونشاطات اجتماعية:



- المرأة العربية: واقعها، ورائدات الحركة النسائية.
- بعض القضايا مثل الأمية، والبطالة.. إلخ.
- العادات والتقاليد.
- الفنون الشعبية والأزياء.
- الحياة اليومية.

ثامناً: قضايا معاصرة:



- التراث والمعاصرة.
- تلاقح الثقافات وحوارها، والغزو الثقافي.
- الإرهاب.
- الحروق وأسبابها.
- التحديات والتطورات التكنولوجية.

سادساً: أشكال وقوالب كتابة وإنتاج البرامج الثقافية والعلمية

إن شكل البرنامج الثقافي والعلمي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمضمون، وبالجمهور المستهدف، وبطبيعة القناة، وهناك مجموعة من الأشكال والقوالب الفنية تصلح في مجملها لأداء المضمون الثقافي والعلمي.

١- الأخبار والتقارير الإخبارية:

يفيد إعداد التقارير الخبرية الثقافية والعلمية في المزج بين الحقائق والمعلومات العلمية وآراء العلماء والباحثين المتخصصين، مع ربط التقرير بسياق تتابعي وفقاً لبنيته كمقدمة يتبعها جسم

يحوي تفاصيل وخلفيات معلومات وآراء، وخاتمة تلخص أو تقدم نتيجة، أو تطرح تساؤلاً مهماً، أو تحمل حلاً أو وعداً.

٢- الحديث المباشر:

تتسم كتابة الحديث المباشر باللغة السريعة والمتنوعة والمفردات المشحونة بالمعاني المبسطة، وقد تزاوج بين عامية المثقفين وفصحى المتخصصين، ويتناول الحديث المباشر فكرة واحدة أو موضوعاً واحداً، وقد تتخلله كبسولات معلوماتية سريعة.

٣- شكل المائدة المستديرة:

تعتمد على مذيع أو أكثر يستضيف مجموعة من الضيوف يشكلون دائرة حوار ونقاش، تتخلله مناقشات وأسئلة ومداخلات مسجلة أو حية لضيوف من داخل الاستديو أو خارجه، وثمة مسميات متعددة للمائدة المستديرة: المناقشة الجماعية، والندوة، والمناظرة.

٤- برامج التوك شو Talk Show والمسابقات:

تعتمد برامج العروض الحوارية الكلامية في فكرتها على مشاركة الجمهور الذي يحضر موقع التسجيل سواء في الاستديو، أو أي مكان آخر، وبحيث يحسن نبضه، ونسمع صوته وتفاعله، ونشهد أيضاً مداخلاته في أثناء الحلقات، ويمكن القول إن برامج (التوك شو) أو العروض الكلامية تكون أكثر نجاحاً إذا كانت بثاً مباشراً.

تحتاج برامج الهواء الكلامية إلى إعداد جيد جداً وسيطرة عالية في التقديم ليس فقط لضبط المحتوى الذي يشاهده الجمهور، بل للتحكم في زمن البرنامج والزمن الكلي لحلقاته.

قد تأتي ضمن برامج العروض الكلامية المسابقات التي تستهدف جمهور الاستديو، أو جمهور المشاهدين في المنازل.

يفضل عند تقديم برامج المسابقات الإعلان عبر وسائل الإعلام المختلفة عن موضوع السباق الثقافي أو العلمي ومشاركة هيئات علمية وثقافية في:

- إعداد وتمويل موضوع المسابقات العلمية، وتحديد مراحل وشروط ومعايير المشاركة، وتوضيح المعايير التحكيمية للمسابقات.

- تحديد خطط وأماكن تصوير الحلقات، وإتاحة فرصة المشاركة والتصويت من جانب الجمهور، ومحاولة تسويق هذه النوعية من البرامج والخروج بها للتصوير في الطبيعة خارج الاستديو.

٥- البرامج الوثائقية:

ترتبط البرامج الوثائقية عامة بالواقع، ولا تستخدم ديكورات مصنعة، ولا تلجأ إلى الاستديوهات، وإنما تعتمد على التصوير في مواقع الأحداث والظروف والظواهر الطبيعية، ويميل الفيلم الوثائقي إلى القصر الزمني قدر الإمكان من ١٥ إلى ٣٠ دقيقة.

٦- التحقيق التلفزيوني:

هو شكل إعلامي يُبرز مفهوم التحري والتحقق من فكرة أو قضية أو موضوع أو ظاهرة، ومحاولة تناولها من مختلف جوانبها، ومحاولة عرض مختلف جوانب المعلومات والآراء والحقائق عن طريق استضافة أطراف ومصادر متعددة ذات صلة بالموضوع (متخصصون، تنفيذيون.. إلخ)، أو يمس الموضوع جانباً ما من حياتهم واهتماماتهم.

٧- المجلة:

استفاد هذا الشكل البرامجي التلفزيوني من شكل المجلة الصحيفية، من حيث تعدد وتنوع صفحات المجلة، وفي هذا الشكل يكون دور المقدم عرض وربط الصفحات الثقافية والعلمية، وإجراءَ المقابلات الحوارية.

٨- شكل المنوعات:

يتميز هذا الشكل البرامجي بالحيوية والحركة والتنوع، فهو يتضمن الموسيقا والغناء، وفنون القول كالشعر والنثر، والمواقف الدرامية الضاحكة.

وشكل المنوعات يمكن أن يوظف بشكل جيد لتقديم محتوى ثقافي جيد يتضمن بعضاً من التسلية والترفيه.

ويراعى في إعداد وكتابة شكل المنوعات ما يلي:

- أهمية التدقيق في اختيار مقدم البرنامج والضيوف ممن يتمتعون بحضور شخصي مميز.
- تنوع أساليب إخراج كل فقرة من فقرات المنوعات.
- توزيع الفقرات الثقافية وفقاً لخط فكري عام يربط بينها جميعاً.
- تقديم الفقرات بإيقاع سريع.
- توظيف إمكانات الديكور والإضاءة وحركة الكاميرا توظيفاً رشيقاً جذاباً.

- الربط المحكم بين الفقرات الثقافية والعلمية بحيث تقدم الفقرات المتعلقة بالموضوع نفسه متعاقبة.

٩- الفيتشر Feature:

يقصد به الإبراز أو موضوع الملامح، سواء ملامح الشخصية أو الفكرة أو الحدث أو القضية مع عرض معلومات عنها مدعمة بآراء ولقاءات حولها، ويتسم بسرعة الإيقاع، ومع أن الفيتشر يعرض معلومات وحقائق وآراءً لبعض الضيوف، إلا أنه لا يرقى إلى مستوى التحقيقات المتعمقة بل يقف عند حد عرض الفكرة أو الموضوع.

١٠- شكل البرنامج الاستدلالي أو الوصفي:

Demonstration Format

يعتمد هذا الشكل البرامجي على مقدم البرنامج في المقام الأول، ويجب أن يتوفر في شخصيته: الألفة وعدم التكلف والجاذبية والموهبة والثقافة.

١١- شكل المقابلة:

يعتمد هذا الشكل على مقدم البرنامج أو مجري الحوار، كما يعتمد على الشخصية الثقافية التي تتم معها المقابلة، وحتى يتحقق الهدف الثقافي يجب أن يكون أسلوب الحوار معَداً بشكل جيد، وأن يكون واضحاً ومنطقياً.

وهناك أشكال أخرى تصلح لتقديم البرامج والمواد الثقافية والعلمية منها برنامج شكل المحاكمة وشكل الدراما، وشكل الرسوم المتحركة.. إلخ.

سابعاً: خطوات كتابة البرامج الثقافية والعلمية والتلفزيونية



خطوات إعداد البرامج الثقافية والعلمية والتلفزيونية هي ذاتها خطوات إعداد البرامج بصفة عامة مع الأخذ في الاعتبار خصوصية وتخصص البرامج الثقافية والعلمية:

أولاً: اختيار الفكرة:

وهناك مصادر عدة يمكن أن يستقيَ الكاتب التلفزيوني أفكاره منها.

مصادر أفكار البرامج الثقافية:

١- مصادر أدبية.

٢- مصادر تاريخية.

٣- مصادر بحثية (مراكز بحوث علمية).

٤- الأدب الشعبي (الموروث) والفلكلور.

٥- مصادر أسطورية.

٦- من الكتب الثقافية والعلمية.

٧- آخر الاكتشافات العلمية.

٨- مصادر دينية.

٩- أفكار تتولد من الإيحاء والمناقشات.

١٠- اقتراحات المشاهدين.

١١- ما تناولته وسائل اتصال أخرى منافسة.

مصادر أفكار البرامج العلمية:

أ) فكرة البرنامج العلمي قد تكون عن شيء أو ظاهرة ، أو حدث علمي أو شخص، أو من الموضوعات المجهولة للجمهور والمثيرة للاهتمام، مروراً بقضايا آنية (مرض أو وباء أو اكتشاف علمي حديث).

ب) موضوعات وأفكار ترتبط بالكيانات العلمية والمراكز البحثية.

ج) موضوعات ترتبط بعلوم (الليزر والهندسة والجينات والكيمياء والفيمتو.. إلخ).

د) موضوعات ترتبط بالمستقبليات في علم من العلوم.

هـ) موضوعات وأفكار لتكريم المبتكرين والمجددين.

و) العلماء قد يكونون مصدراً للأفكار.

ز) ظواهر الطبيعة من كوارث طبيعية وزلازل وفيضانات وبراكين.. إلخ.

ح) وسائل أخرى.

ط) الجمهور المتلقي.

ثانياً: تحديد أهداف البرنامج:

يمكن أن نضع للبرنامج الثقافي أو العلمي المقترح مجموعة من الأهداف العامة والأهداف الخاصة على النحو الآتي:



- نشر الثقافة العلمية والأدبية والفنية.
- العناية بالثقافة العربية.
- استعراض حياة أعلام الفكر.
- الانفتاح على الثقافات الأجنبية.
- إتاحة الفرصة أمام المواهب

ثالثاً: تحديد المحاور العامة وتحديد الموضوعات والقضايا:









المحاور العامة التي يضعها المعد تعد ترجمة للفكرة وتجسيداً للأهداف العامة، وبعد كتابة جميع محاور البرنامج لا بد من توضيح كل محور منها، وتحديد المضامين والموضوعات في الحلقة.

رابعاً: تحديد الجمهور المستهدف:



تحديد الجمهور يرسم لمعد البرنامج:

- طريقة المعالجة وأبعادها ومحاورها، ولغة وطريقة تناولها.
- طبيعةَ الضيوف، والمصادر.
- الوقت الملائم لتغطية جوانب الموضوع، وتلبية الاحتياجات الاتصالية والثقافية للجمهور.
- إضافة إلى سد الفجوة وتحقيق التوافق بين أهداف البرنامج وأهداف الجمهور، وأهداف القائم بالاتصال، وأهداف القناة التلفزيونية، وأهداف المجتمع ككل.

خامساً: جمع المعلومات:



تقترن الكتابة الجيدة للبرامج الثقافية والعلمية بالبحث العميق عن المعلومات التي تثري المحتوى البرامجي عبر روافد المعلومات ومصادرها المتنوعة.

سادساً: اختيار ضيوف البرنامج:



ويهم في هذا الصدد التخصص والقدرة الثقافية والعلمية للضيف، إضافة إلى القدرة الاتصالية له.

سابعاً: اختيار الأسلوب الفني للمعالجة:



ويتم ذلك بالاتفاق مع المخرج على:

- الشكل البرامجي، والموسيقا والأغاني.
- المؤثرات الصوتية والبصرية.
- المواد الفيليمة التي يستعين بها معد البرنامج.

ثامناً: إعداد جلسة تمهيدية للتسجيل:



وهذه الجلسة تجمع بين أطراف إنتاج البرنامج (المعد، المخرج، المصور، الضيوف) يتم فيها الاتفاق على أهداف البرنامج ومحاوره.

تاسعاً: التسجيل والتصوير التلفزيوني.

عاشراً: ترتيب فقرات البرنامج:



بعد إنجاز كل الخطوات السابقة يعمل المعد على ترتيب جميع الفقرات التي يتضمنها البرنامج بما في ذلك الفقرات الإضافية، والفواصل الموسيقية المستخدمة.

حادي عشر: الصياغة النهائية للبرنامج:

استعرضنا في الجزئية السابقة خطوات كتابة وإعداد وإنتاج البرنامج الثقافي والعلمي، ولا شك في أن كل حلقة من البرنامج تحتاج إلى مرونة وإبداع وابتكار من قبل المعد لتكون ناجحة، ومشجعة على متابعة الجمهور المتلقي لها.





الخلاصة

يقوم التلفزيون بدور متميز في نشر الثقافة والعلم بين الجهور، وخصوصاً من خلال ما يقدمه من برامج ثقافية وعلمية، ومن شروط هذه البرامج الاستفادة من إمكانات التلفزيون، وأن تعتمد على تبسيط الثقافة، وأن تتخطى عقبات الملل، وأن تتنوع المضامين فيها، وأن تضع في حسبانها أنها موجهة للجمهور المتوسط من غير المختصين.

وللإعلام الثقافي والعلمي وظائف أهمها الإسهام في بناء مجتمع المعرفة وبث الوعي الثقافي والعلمي، وتشجيع روح الإبداع وتلبية الحاجات الاجتماعية للجمهور.

تستطيع الموضوعات الثقافية والعلمية تناول موضوعات كثيرة مثل الأعلام (الشخصيات)، والمعالم، والنشاطات الثقافية والعلمية، وتاريخ الأعمال الإبداعية والأديان وقضايا ونشاطات اجتماعية، وقضايا معاصرة.. إلخ.

وثمة أشكال وقوالب لكتابة وإنتاج البرامج الثقافية والعلمية منها: الأخبار والتقارير الإخبارية، والحديث المباشر، وشكل المائدة المستديرة، وبرامج التوك شو، والبرامج الثقافية، والتحقيق التلفزيوني، والمجلة التلفزيونية، وشكل المنوعات، والفيتشر.. إلخ.

وتمر كتابة البرامج الثقافية والعلمية بثلاث مراحل أساسية: اختيار الفترة وتحديد أهداف البرنامج وتحديد المحاور العامة وتحديد الجمهور المستهدف وجمع المعلومات، واختيار ضيوف البرنامج، وإعداد جلسة تمهيدية للتسجيل، وإعداد ميزانية للإنتاج والتسجيل، والتصوير التلفزيوني، وترتيب فقرات البرنامج.

المـراجع

١- البطري، نسمة، عبد الغفار، عادل (٢٠١٢)، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.

٢- الحسيني، أميرة (٢٠١٠)، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، بيروت: دار النهضة العربية.

٣- حميدة، عاصف (٢٠١٤)، العمل الإذاعي والتلفزيوني مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع، أبو ظبي: مطابع الظفرة.

٤- خضور، أديب، الحاج ، كمال (٢٠١٤)، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دمشق: منشورات جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح.

٥- خضور، أديب (١٩٩٨)، دراسات تلفزيونية، دمشق: المكتبة الإعلامية.

٦- خضور، أديب (٢٠٠٠)، نظرية التلفزيون، دمشق، المكتبة الإعلامية.

٧- سامية، أحمد علي، جاد، سهير (١٩٩٧)، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، القاهرة: دار الفجر.

٨- شقير، بارعة، الحاج، كمال، البرامج التعليمية والثقافية، دمشق: جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح.

٩- مرعي، حسن، (١٩٩٦)، فن الكتابة التلفزيونية، بيروت: مكتبة رشاد.

١٠- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (٢٠١٠)، الحقيبة التدريبية في مجال الإعلام العلمي، تونس: منشورات المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

التمارين

اختر الاجابة الصحيحة:

١- من شروط البرنامج الثقافي والعلمي:

A- الاستحقاق من إمكانات التلفزيون.

B- الاعتماد على تبسيط الثقافة.

C- أن يتخطى عقبات الملل.

D- كل ما ذكر صحيح.

E- كل ما ذكر خطأ.

الإجابة الصحيحة: d كل ما ذكر صحيح

٢- ليس من معايير برامج الأعلام (الشخصيات):

A- أن يتم تناول الكم (الشخصية) باعتباره تراثاً.

B- أن يقدم الفلم كشخص أسهم في ثقافة عصره.

C- أن ينتج البرنامج للمشاهد المتوسط.

D- كل ما ذكر صحيح.

E- كل ما ذكر خطأ.

الإجابة الصحيحة: a أن يتم تناول الكم (الشخصية) باعتباره تراثاً

٣- هي برامج العروض الحوارية الكلامية:

B- المجلة التلفزيونية.

C- التحقيق التلفزيوني.

D- البرامج الوثائقية.

E- التوك شو.

F- المنوعات.

الإجابة الصحيحة: d التوك شو

٤- تمرين ١: اقترح فكرة برنامج ثقافي أو علمي تكون مرتبطة ببيئة عربية، اختر اسم البرنامج، وحدد المدة المقترحة لمعالجة الفكرة.

٥- تمرين ٢: صدأ القمح من الآفات الزراعية المدمرة للمحصول، طُلب إليك إعداد حلقة ضمن برنامج علمي تلفزيوني تتناول هذا الموضوع، حدد محاور الحلقة وضيوفها، والمعلومات المطلوبة، وطريقة المعالجة التلفزيونية للحلقة.

٦- تخلو البرامج الثقافية في الفضائيات العربية من الإعلانات، ما تفسير ذلك؟

٧- تابع برنامجاً ثقافياً تلفزيونياً عربياً، وبرنامجاً تلفزيونياً أجنبياً مترجماً أو مدبلجاً للعربية وقارن بينهما في الجوانب التالية:

- أسلوب تقديم كل برنامج.
- مهارات التقديم وعناصر القوة والضعف فيها.
- مدى تغطية جوانب الموضوع.
- مدى قدرة مقدم البرنامج على إدارة الحوار.

٨- اختر شخصية ثقافية أو علمية في بلدك وخطط لإنتاج فيلم وثائقي عنها، موضحاً فكرة الفيلم وغرضه ومدته، ومفردات إعداده، ومادته العلمية.

الوحدة التعليمية السادسة

كتابة التمثيلية التلفزيونية

أولاً: المقدمة



إن ابتكار التمثيلية التلفزيونية يعني الوصول إلى قمة تعلم الكتابة للوسائل الإعلامية، ويعتمد بناء النص سواء كان إعلاناً مدته ٣٠ ثانية أم برنامجاً وثائقياً مدته ٣٠ دقيقة فأكثر أم تمثيلية تلفزيونية درامية يعتمد على العناصر التقليدية لكتابة المسرحية وهي: البناء والعرض والصراع والعقدة والذروة والحوار والحل.

وتكون التمثيلية الأساس الذي تقوم عليه الفقرات التلفزيونية سواء كانت تلك الفقرات كوميديا مواقف أم مغامرات أم مسلسلات تاريخية قصيرة، وسنتناول كل عنصر من هذه العناصر بشيء من التفصيل.

إن أول ما يحتاج إليه الكاتب هو الصراع conflict الذي يقوم به بطل التمثيلية مع شخصية أخرى أو قوى أخرى، ويمكن أن يكون الصراع بين شخصين أو بين شخصية ومجموعة شخصيات أخرى أو بين مجموعتين أو بين شخصية والطبيعة أو بين شخصيات وقوى مجهولة، أو بين شخصية معينة ونفسها، مع العلم أن تكوين الشخصيات هو الذي يحدد طبيعة الصراع.

وبعد أن يستقر موضوع الصراع تبدأ أحداث التمثيلية بالتوجه نحو الذروة climax، وهو الوقت الذي تنتصر فيه إحدى القوى على الأخرى، وتصل المسرحية إلى الذروة من خلال مجموعة من العقد، إن كل مشكلة من هذه المشكلات تعقّد الموقف أكثر فأكثر، والعقد الدرامية ليست عفوية ولكنها تأتي في تسلسل منطقي.

إن الشخصيات نفسَها تحدد الأحداث والمشكلات لأن الأفعال التي تقوم بها لا بد من أن تحدث لأن لها إفرازات ناتجةً عن تكوينهم الشخصي، وبعد أن يُتم الكاتب التخطيط والبحث والتحليل يكون مستعداً لكتابة السيناريو أو الملخص التفصيلي.

ثانياً: عناصر التمثيلية التلفزيونية

- الوحدة.
- البناء.
- الحبكة.
- الشخصية.
- الحوار.
- الصراع.
- المؤثرات الصوتية والموسيقا.
- خلفيات الزمان والمكان.

١-الوحدة unit:



يجب أن يتناغم ويتفاعل كل عنصر من عناصر التمثيلية مع العناصر الأخرى من أجل تحقيق الهدف الذي يريده الكاتب، وهذه هي وحدة الفعل أو الانطباع، ويجب ألا يكون هناك عامل يشتت المشاهدين.

وحدة التمثيلية التلفزيونية:

إن وحدتي الزمان والمكان هما وحدتان غير مندمجتين كلياً، فالتمثيلية التلفزيونية تستطيع أن تقدم أماكن وأزمنة متعددة في دقائق أو عشرات الثواني.

إن وحدة الفعل مسألة مهمة جداً، وعلى الكاتب أن يتأكد من وجود هذه الوحدة، ويجب على كل وحدة أن تكون متصلة بالحلقة اللاحقة لها والحلقة التي تسبقها، لأن كل هذه الحلقات تسهم في خلق التأثير الكلي للتمثيلية.

٢-البناء Structure:



البناء أو الحبكة أهم عامل في التمثيلية التلفزيونية، إن الأفعال التي تحدد الحبكة هي التي تقوم بها الشخصيات نتيجة عوامل نفسية أو ذاتية، أما الحوار فهو الشيء الذي تقوم به الشخصيات للأسباب ذاتها.

ويجب أن تتناغم العوامل الثلاثة الرئيسة في بناء التمثيلية (الشخصية والحوار والحبكة) حتى يتم خلق موضوع واضح، ولا شك في أن تناغم هذه الأفعال والأحداث بأسلوب منطقي ورصين ينتج وحدة درامية للعمل.

يتوجب على الكاتب:

- أن يهيئ المشاهدين لهذه الأفعال والأحداث بأسلوب منطقي.
- على الكاتب أيضاً أن يعطي المشاهدين فكرة عن خلفية الموقف والشخصيات، وهذا يُدعى العرض exposition إضافة إلى ذلك عليه أن يتفحص جيداً عنصري الزمان والمكان من أجل ابتكار خلفية مادية وبيئية معينة للشخصيات، وبعد أن يتأكد الكاتب من تفهمه لهذه الأمور، ومن قابليته في أن يكون موضوعياً في رسم الشخصيات والموضوع والخلفية يستطيع أن يبدأ بخلق كل واحدة من هذه المفردات بعمق كبير.
- على الكاتب أن يستمر في البحث والتقصي والتأمل إلى أن يصل إلى الصيغة النهائية المقنعة لعمله.
- ويجب أن يحلل كل شخصية على انفراد، وأن يكتب ملاحظاته عنها كي تكون الصورة واضحة له مستقبلاً.

٣-الحبكة التلفزيونية:



تقوم حبكة التمثيلية التلفزيونة على البناء الدرامي، ولا بد من أن تكون الحبكة متماسكة وأن يستخدم الكاتب الانتقال المكثف من فقرة إلى أخرى إذا كانت التمثيلية التلفزيونية قصيرة بين ٣٠ و٦٠ دقيقة.

وقد تكون الحبكة واسعة في المسلسلات الطويلة، وتكون هكذا بصورة متعمدة، ويجب أن يكون هناك ذروة مصغرة في كل حلقة من أجل جذب انتباه المشاهدين.

ويُطرح سؤال ملحّ في هذا السياق: كيف يمكن للكاتب أن يكثف الحياة الحقيقية ويحولها إلى دراما؟

تحويل الحياة الحقيقية إلى دراما:





١. يستطيع الكاتب أن يجمع في مكان واحد ما حدث فعلاً من أحداث متعددة في أماكن متعددة.
٢. يمكن وضع الأحداث على أنها وقعت في مكان واحد على الرغم من أنها وقعت في أماكن مختلفة.
٣. لأحداث التي حدثت لشخصين في مكان واحد ولكن في أزمنة مختلفة يمكن أن يجعلها تحدث لشخص واحد.
٤. الحدث الذي حدث لشخص آخر في وقت آخر وفي مكان آخر يمكن أن ينظم ليحدث لشخصية من اختيار الكاتب.

٥. عندما يواجه الكاتب مشاهد عدة لا يجب أن يختار إلا المشهد الذي يحوي على الفعل الذي لا يمكن الاستغناء عنه، وتحويل هذا الفعل إلى خلفية زمانية أو مكانية، وبعد ذلك يمكن أن يفكر الكاتب بالمشاهد الأخرى التي يمكن ربطها مع هذا المشهد.

أصناف الحبكة:

١- رواية الهدف Goal Centered:

يُقصد بها أن نرى في المشاهد الأولى هدفاً يسعى البطل أو مجموعة من الأبطال للوصول إليه، وتنتهي الرواية أو المسلسل أو الفيلم بتحقيق هذا الهدف أو الفشل في تحقيقه، والمهم هنا أن يكون الهدف واضحاً، وأن يتخذ البطل بعض القرارات الخاصة بتحقيق هذا الهدف، وتتخذ شخصيات أخرى قرارات مضادة، وفي رواية الهدف لا يركز الكاتب على رسم الشخصيات وتطوير الفكرة بل إن أهم شيء هنا هو الصراع الناتج عن التعقيدات لتصل بالبطل إلى هدفه أولاً.

٢- رواية القرار Decision Centered:

يتغلب في هذا الصنف رسم الشخصيات على عنصر الحبكة، وتوضع الشخصيات هنا في وضع يحتّم اتخاذ قرار، وهذا القرار قد يتعارض مع كل القيم التي تحملها الشخصية، وهذا القرار قد يزيد من الصراع.

٣- مزيج من رواية الهدف والقرار:

يلجأ الكاتب في هذا النوع من الروايات إلى رسم الشخصيات التي تتخذ قراراً ويوصل هذا القرار إلى هدف لا بد من أن تتصارع الشخصية من أجل الوصول إليه.

٤- رواية الاكتشاف Revelation Centered:

هي رواية تجيب في نهايتها عن تساؤل طُرح في بدايتها، وتقدم تفسيراً لسلسلة من الحوادث الغامضة، وتعتمد حبكة هذا النوع من الروايات على قدرتها على إثارة حب الاستطلاع لدى

الجمهور مستخدمة أسلوب الكشف التدريجي والانتهاء بحل يجيب عن الأسئلة المطروحة أمام الجمهور من البداية.

الكاتب والحبكة:



على الكاتب الطموح أن يسعى جاهداً إلى السيطرة على حبكة الرواية وعليه أن يراعيَ ما يلي:

١. القدرة على زج الأبطال في عدد من المشكلات بشرط أن تتفق هذه المشكلات مع إمكانيات البطل والشخصيات.

٢. اللعب على عنصر المفاجأة لمفاجأة الجمهور بأمور غير متوقعة، بشرط أن يكون ذلك منطقياً.

٣. يجب أن تكون الحبكة مقنعة، وعلى مستوى جيد من ناحية البناء السليم، والقيم التي تهم الجمهور.

٤. ضرورة التحديد في الشخصيات، فيجب أن تكون الشخصية التي يرسمها الكاتب متماشية مع حبكة الرواية، ومتجددة مع تطور الأحداث، ذلك أن الكاتب الجيد لا يقدم شخصيات عمله الدرامي دفعة واحدة.

٤-الشخصية Character:



الشخصية هي المحرك الأساسي للفعل، وهي التي تحدد الحبكة والحوار، ومن الخطأ مطابقة الشخصيات مع بناء الحبكة حيث تظهر الشخصيات بصورة متكلفة، وهذا الأسلوب لا يحبذه الجمهور المشاهد.

نحن نتعرف على الشخصيات من خلال ما يقوله الآخرون عنهم، ومن خلال ما يقولونه عن أنفسهم، ومن خلال ما يفعله هؤلاء من أجل التغلب على المشكلات التي تواجههم.

يجب أن تكون الشخصية منسجمة مع نفسها في كل ما تقوله وما تفعله، وهذا الأمر يستدعي تسليط الضوء على مشاعرها الداخلية النفسية، وهذا لا يعني أن تكون الشخصية نسخة طبق الأصل من الحياة بل عليها أن تساعد على تفسير الحياة.

أبعاد خلق الشخصية الدرامية التلفزيونية:

هناك ثلاثة أبعاد رئيسة للشخصيات في الأعمال الدرامية التلفزيونية:

أ- البعد الجسماني (الفسيولوجي):

ويشمل:

- الجنس.
- العمر.
- العيوب (إعاقة، أمراض).
- الهيئة والقوة البدنية.
- المظهر.
- الأناقة.
- النظافة.
- لون البشرة والعينين والشعر.. إلخ.

ب- البعد الاجتماعي (السوسيولوجي):

ويشمل:

- الطبقة: فقيرة، متوسطة، غنية.
- العمل: نوعه، الدخل، ظروف العمل التعليم.
- الدين.
- الجنسية.
- المكانة الاجتماعية.
- السلوكيات والهوايات.

ج -البعد النفسي (السيكولوجي):

ويشمل:

- المعايير الأخلاقية.
- الطموح والأهداف الشخصية.
- المزاج والطبع.
- الميول في الحياة.
- العقد النفسية.

قواعد يجب مراعاتها عند خلق الشخصيات الدرامية:



١. التماثل مع الواقع: والمقصود بذلك أن يماثل سلوك الشخصية إلى درجة ما سلوكَها المألوف في الحياة.

٢. إظهار علاقة الشخصية بالبيئة أو علاقتها بشخصيات أخرى.

٣. وضوح الشخصية في ذهن الكاتب يؤدي إلى وضوحها في ذهن المشاهد، فالكاتب يتخيل الشخصيات ثم يخلقها، ثم يتركها تفعل كما تشاء.

٤. ضرورة خلق التجاوب العاطفي بين الجمهور والشخصية الدرامية التلفزيونية بحيث يتعاطف الجمهور مع موقفها، ويناصرها في نهوضها وسقوطها، وفي نجاحها وإخفاقها.

٥. تحديد الوقت المناسب لوجود الشخصية (خروجها أو دخولها أو وجودها في زمن أو مكان معين).

٦. ضرورة تذكير المشاهد دائماً بالشخصيات وخصوصاً عند غيابها لحلقات عدة في المسلسل.

٧. من الأفضل اختيار أسماء مألوفة سهلة للشخصيات.

٨. توضيح الصراع الذي تقوم به الشخصيات وعلاقتها بالشخصيات الأخرى.

٩. على الكاتب أن يركز على الحياة المكثفة وعلى لحظات التأزم عند خلق الشخصيات.

٥-الحوار:



يجب أن يكون الحوار منسجماً مع روح الشخصية ودافعاً لخط الحبكة إلى الأمام وكاشفاً عن خفايا تلك الشخصية.

في السيناريو التلفزيوني هناك لحظات يصبح فيها ما يقال بالكلام مهم جداً، فالحوار يدعم المحتوى

البصري للمشهد ويدفع بالحدث إلى الأمام، فإذا لم تتحقق هذه الأهداف ومهما كانت جودة كتابة المؤلف فإن ذلك يكون معطلاً لحركة العمل وإيقاعه.

وعند كتابة الحوار يجب أولاً أن نطرح الأسئلة:

- ما ضرورة هذا النص المنطوق لسرد القصة؟
- هل يوصل الصمت الفكرة بشكل أفضل؟

فعندما يكون حوار بين اثنين ليس بالضرورة أن يتكلما طوال الوقت، وبقدر الإمكان يجب التفكير في طرق مرئية للحوار (لغة غير لفظية) غير استخدام الكلام.

مثال: شاب يسير في الشارع يحيي جاره بقوله: (أهلاً شادي كيف حالك؟)، وليس بالضرورة أن يرد عليه جاره بلغة الكلام، يمكن أن يبتسم أو يهز كتفيه لإيصال رده.

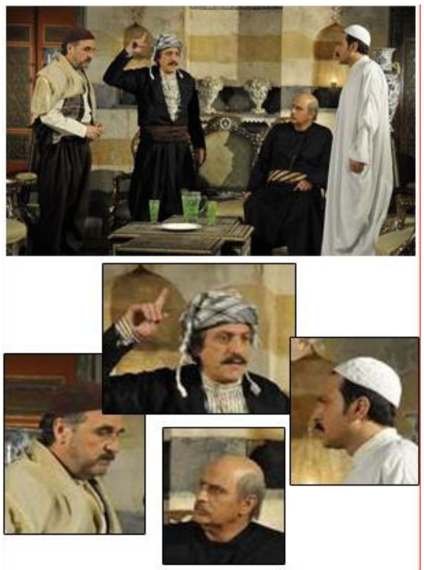
والحوار الجيد هو الذي ينظم إيقاعات المشهد، ويتطلب الحوار أيضاً أن يأخذ بعين الاعتبار ما تريده كل شخصية، وكيف تجادل للوصول إلى ما تريده.

وظائف الحوار في التمثيلية التلفزيونية: من أبرزها:



- السير بعقدة القصة أو العمل التمثيلي إلى الأمام أي تطوير أحداثها حتى تصل إلى النهاية.
- الكشف عن الشخصيات أي اكتشاف بعض ملامحها وطريقتها في التعامل مع الآخرين.
- مساعدة الصور الفيلمية على اكتمال عناصرها، ويمكن التأكيد على استبعاد كل حوار سطحي لا يطور الأحداث ولا يساعد على نمو المواقف.

خصائص الحوار الجيد في التمثيلية التلفزيونية:



- أن يراعي خصوصية التلفزيون الذي يعتمد على الصورة.
- أن يكون سلساً واضحاً.
- تصوير فكرة التمثيلية وإبراز أحداثها والسير بعقدتها تقدماً وتسلسلاً وتدرجاً.
- يوضح حدود الزمان والمكان بشكل واضح.
- يكشف للمشاهد عن الشخصيات وأبعادها وأدوارها ويوضح علاقة كل منهم بالأخرى.
- أن يكون مختصراً معبراً عن الموقف والحدث.
- أهم وسيلة لنقل الأحاسيس والانفعالات ودفع الأحداث في العمل الدرامي إلى نقطة الذروة.
- الحوار الجيد ينبع من صميم الشخصيات والأحداث بشكل طبيعي لا اصطناع فيه.
- أن يتناسب مع نوع التمثيلية.
- أن يتناسب مع طبيعة وخصائص الشخصيات.
- استخدام لغة سليمة يفهمها الجمهور.
- في كل الأحوال يعبر الحوار عن سعة ثقافة الكاتب ورهافة حسه ويكشف عن خبرته ومرانه في الكتابة.

٦-الصراع:



هو مناضلة بين قوتين متعارضتين ينمو بمقتضى تصادمهما الحدثُ الدرامي، فالصراع هو روح العمل الدرامي وباعث الحرارة فيه، وهناك أربعة أنواع للصراع:

الصراع الساكن:

وهو الذي يصيب المشاهد بركود الحركة وعدم التقدم والنمو.

الصراع الواثب:

وهو الذي يحدث فجأة في قفزات لا يكاد المشاهد يدرك أسبابها.

الصراع الصاعد:

وهو الذي يتحرك وينمو من أول التمثيلية إلى آخرها وهو من أفضل أنواع الصراع.

الصراع المنبئ:

وهو الذي يكشف للمشاهد ما ينتظر حدوثه دون أن يكشف عما سيقع من أحداث ضخمة حتى لا يضعف التشويق.

ملاحظات يجب مراعاتها عند خلق الصراع الدرامي:



- يجب أن يكون للأحداث دوافع وأسباب تبررها.
- يفضل أن يبقى المشاهد متشوقاً ومترقباً لنتيجة الصراع والحدث دائماً.

- من الضروري أن يستمر الحدث في التطور، وألا يتوقف حتى في حالة غياب البطل أو خصمه عن مشاهد عدة.
- يفضل أن يعتمد الكاتب على شخصيات متعاطفة مع البطل أو مع خصمه لتوضيح ما يدور من أحداث قد لا يفصح عنها البطل، أو قد يغيب عن مشاهد عديدة فينتظر الجمهور توضيح ما ستؤول إليه الأمور.
- يجب أن يمتلك الكاتب القدرة على تحريك الشخصيات في الصراع بحيث يقدم معلومات جديدة للمشاهد بما يؤدي إلى تطوير الحدث وكذلك الاستفادة من عملية إضافة شخصيات جديدة.
- بعد أن يعمل الكاتب على تعقيد الصراع والخوض في أزمات عدة سيصل إلى الذروة الرئيسة، وهنا لا بد من أن يبرز الحل ملازماً للذروة.

٧-المؤثرات الصوتية والموسيقا:



يمكن للمؤثرات الصوتية أن تصور الحدث والمكان والزمان وتغيرهما، ويمكن أن تساعد في خلق جو نفسي معين، كما تساعد على إعطاء الملامح الجسمية أو النفسية أو الاجتماعية لإحدى الشخصيات، وتوفر خلفية مناسبة للحوار.

كما تلعب الموسيقا دوراً كبيراً في التمثيلية التلفزيونية، فتقوم بتجسيد الحركات، وتعطي الدلالة على حقبة تاريخية معينة، كما تُستخدم للنقلات بين المَشاهد، وللدلالة على معالم شخصية معينة، وتستخدم كمقدمة استهلالية وكنهاية للتمثيلية، كما يمكن توظيفها في دور مؤثر عند الذروة (القمة) والمواقف المتأزمة كخلفية للحوار.

٨- خلفيات الزمان والمكان:



يجب على الكاتب الدرامي أن يختار بدقة المعلومات الصوتية الدالة على المكان والزمان، ومن دون أن يكون هناك أي تناقض أو تعارض في هذا الاختيار، ولا شك في أن تحديد المكان والزمان له أهمية قصوى بالنسبة للعمل الدرامي.

إن توظيف الكاتب التلفزيوني عناصر العمل الدرامي توظيفاً محكماً ومترابطاً ومتكاملاً يعد خطوة مهمة جداً لإنتاج عمل درامي جدير بالمشاهدة.

الخلاصة

تعتمد التمثيلية التلفزيونية على عناصر عدة: الوحدة وتعني وجوب تناغم كل عنصر من عناصر التمثيلية مع العناصر الأخرى لتحقيق الهدف الدرامي، والحبكة فلا بد من أن تكون متماسكة، ويجب أن يكون هناك ذروة مصغرة في كل حلقة، والعنصر الثالث هو الشخصية وهو المحرك الأساسي للفعل، ونحن نتعرف على الشخصيات من خلال ما يقوله الآخرون عنهم أو ما يقولونه عن أنفسهم، وهناك ثلاثة أبعاد رئيسة للشخصية: البعد الجسماني والبعد الاجتماعي والبعد النفسي، والعنصر الرابع هو الحوار ومن شروطه أن يكون منسجماً مع روح الشخصية ودافعاً لخط الحبكة إلى الأمام، والعنصر الخامس هو الصراع ويعد من أهم العناصر في العمل الدرامي وهو مناضلة بين قوتين متعارضتين ينمو بمقتضى تصادمهما الحدث الدرامي، وتتعدد أنواع الصراع إلى ساكن وواثب وصاعد ومنبئ، والعنصر السادس هو المؤثرات الصوتية والموسيقا التي يمكن لها أن تصور الحدث والمكان والزمان وتغيرها، ويمكن أن تساعد في خلق جو نفسي معين. ولا شك في أن هناك عناصر أخرى مكملة ضمن التمثيلية منها العناصر غير اللفظية كالأكسسوار والملابس وحركات الجسد والإشارات، وتكتسب حركات الكاميرا وزوايا التصوير والإضاءة والديكور أهمية كبيرة في أي عمل درامي تلفزيوني.

المراجع

١. ألين، أوبراين ماري، (رياض عصمت، مترجم) (٢٠١٢)، التمثيل السينمائي، دمشق: المؤسسة العامة للسينما.

٢. أحمد علي، سامية، شرف، عبد العزيز (١٩٩٧)، الدراما في الإذاعة والتلفزيون، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

٣. بار، كوني، (أحمد الخضري، مترجم) (١٩٩٧)، التمثيل للسينما والتلفزيون، القاهرة: المكتبة المصرية للكتاب.

٤. الجمل، سمير (١٩٩٧)، فن الأدب التلفزيوني، المنيا: دار الهدى.

٥. خضور، أديب، الحاج، كمال (٢٠٠٥)، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دمشق: جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح.

٦. دافيد، جورج (٢٠١٤)، الكتابة السينمائية على الطريقة الأمريكية دراسة مقارنة، دمشق: المؤسسة العامة للسينما.

٧. دياب، عبدو (د. ت)، التأليف الدرامي، القاهرة: د.ن.

٨. الزبيدي، قسيس (٢٠١٠)، مونوغرافيا تاريخ ونظرية صورة الفيلم، دمشق: المؤسسة العامة للسينما.

٩. رضا، عدلي (٢٠٠٢)، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، القاهرة: دار الفكر العربي.

١٠. سيجر، ليندا، (أديب خضور، مترجم) (٢٠٠٨)، النصوص الدرامية السينمائية والتلفزيونية والمسرحية، دمشق: المكتبة الإعلامية.

١١. طحان، ضياء (٢٠٠٠)، الدراما البرامجية نماذج البرامج وموضوعات تلفزيونية، القاهرة: مكتبة مدبولي.

١٢. فيلد، سيد (أحمد الجمل، مترجم)، لغة السيناريو من الفكرة إلى الشاشة، دمشق: المؤسسة العامة للسينما.

١٣. كالاس، كريستينا (إياد دك الباب، مترجم) (٢٠١٣)، السينمائي الإبداعية في فهم البيئة العاطفية، دمشق: المؤسسة العامة للسينما.

التمارين

اختر الاجابة الصحيحة:

١- أن يتناغم ويتفاعل كل عنصر من عناصر التمثيلية مع العناصر الأخرى هو:

a. الحبكة.

b. الوحدة.

c. الصراع.

d. كل ما ذكر صحيح.

e. كل ما ذكر خطأ.

الإجابة الصحيحة: b الوحدة

٢- يستطيع الكاتب الدرامي أن يكشف الحياة الحقيقية ويحولها إلى دراما من خلال:

a. أن يجمع في مكان واحد درامياً ما حدث في أماكن متعددة واقعياً.

b. أن يجمع الأحداث التي حدثت في مكان واحد واقعياً في أماكن مختلفة درامياً.

c. أن يجعل الأحداث التي حصلت لعدد من الأشخاص تحدث لشخص واحد أو بالعكس.

d. كل ما ذكر صحيح.

e. كل ما ذكر خطأ.

الإجابة الصحيحة: d **كل ما ذكر صحيح**

٣ – نتعرف على الشخصيات في العمل الدرامي من خلال:

a. ما تقوله الشخصية عن نفسها.

b. ما يقوله الآخرون عن الشخصية.

c. ما تقوم به الشخصية من سلوك.

d. كل ما ذكر صحيح.

e. كل ما ذكر خطأ.

الإجابة الصحيحة: d **كل ما ذكر صحيح**

٤– المعايير الأخلاقية والطموح والمزاج تدخل ضمن بُعد خلق الشخصية:

a. الجسماني.

b. الاجتماعي.

c. النفسي.

d. كل ما ذكر صحيح.

e. كل ما ذكر خطأ.

الإجابة الصحيحة: c **النفسي**

٥- الصراع الواثب هو:

a. الذي يصيب المشاهد بجمود الحركة.

b. **يحدث فجأة.**

c. يكشف للمشاهد ما يتوقع حدوثه.

d. كل ما ذكر صحيح.

e. كل ما ذكر خطأ.

الإجابة الصحيحة: b **يحدث فجأة**

الوحدة التعليمية السابعة

رؤية لقناة تلفزيونية ثقافية

(قناة شمس)

أولاً: مقدمة

من المفروض أن مهمات أي قناة فضائية عربية هي:

- أن تعمل على تعميق أواصر اللحمة القومية العربية، وخدمة الثقافة العربية والتفاعل بين

المجتمعات العربية وتعريف العرب ببعضهم، ومواجهة الاختراق الأجنبي.

- التعريف بالقطر الذي يملكها، والإسهام في نشر الثقافة العربية في الخارج والتعريف بها والمساهمة في الثقافة والحضارة الإنسانية.

إن تحديد الهدف والوظائف يضبط إيقاع العمل ومنهجيته وشروطَه ويؤدي بالتالي إلى نجاحه وإلا ستؤدي البرامج إلى سلبيات تبعد القناة عن أهدافها.

سأقوم بطرح مجموعة من الأفكار والاقتراحات لبعض البرامج التي يمكن أن تقدمها القناة الثقافية التلفزيونية، والتي يمكن اقتراح اسم لها (قناة شمس).

وستكون الأفكار والاقتراحات مبوبة في إطار محاور عدة:

١- محور الهدف من القناة.

٢- محور الجمهور المستهدف.

٣- محور المضمون والموضوعات التي يتم تناولها.

٤- محور الشكل الإخراجي المناسب للبرامج.

٥- محور الضيوف المرشحين للاستضافة في البرامج.

٦- محور كيفية المشاركة الجماهيرية في البرامج.

٧- محور وقت "توقيت" بث البرامج.

٨- محور نوعية البرامج التي تنتجها القناة لتبث عبر إرسالها.

٩- محور نوعية البرامج التي تستوردها القناة (من غير إنتاجها).

١٠- بعض الملاحظات المتفرقة ذات الصلة.

ثانياً: الأهداف الاستراتيجية لقناة شمس

يمكن أن تتخذ قناة شمس لنفسها أهدافاً استراتيجية عدة منها:

أ- الارتقاء بمستوى الرسالة الإعلامية من حيث الشكل بما يحقق فعاليتها ووجودها المميز والمؤثر في عصر الفضاء.

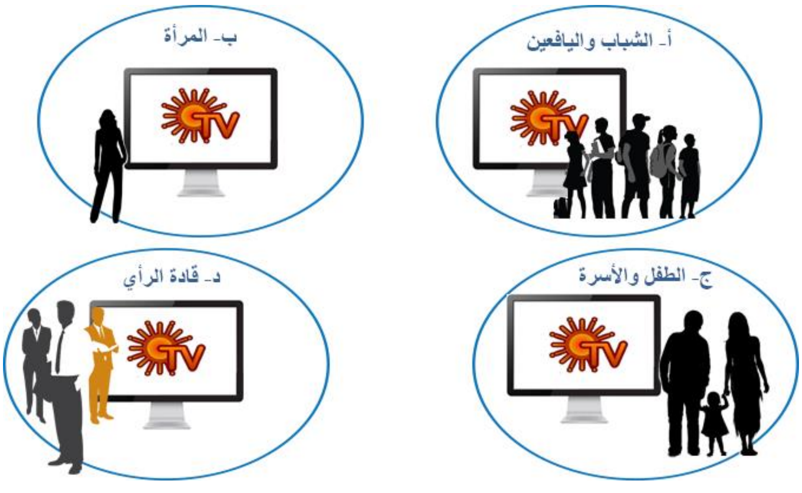
ب- دعم القيم في المجتمع والمساهمة في إثراء التطور الديمقراطي والذي يتم في إطار المجتمع العربي وتقاليده والتفاعل مع ظروفه وإمكاناته والاستجابة لمعطيات حركة تطوره.

ج-الوصول بالإعلام المرئي إلى أفضل أداء متميز ومتطور خدمة لأهداف التنمية الشاملة والمتكاملة في المجتمع.

د- المعالجة الموضوعية للقضايا المجتمعية والقومية.

هـ- تحقيق أقصى استجابة ممكنة للحقوق الإعلامية للجمهور بشكل يضمن التوازن بين الاستجابة من ناحية ودور الإعلام في خدمة المجتمع وأهدافه من ناحية أخرى.

ثالثاً: الجمهور المستهدف



أ- الشباب واليافعين:

عندما يشكل الشباب ٦٠% من الشعب العربي، و٤٤% منه تحت سن ١٨ عاماً (أي اليافعين أو المراهقين (١٣-١٨) سنة) يمكن أن تركز قناة شمس على هذه الفئة العمرية من الشباب عموماً واليافعين تحديداً، وإذا ما رصدنا ما تقدمه قناة Teenz

نجدها تقدم غالباً برامج للأطفال وبذلك أخذت اسم المراهقين واليافعين وقدمت برامج للأطفال، ولذلك يمكن أن تخصص قناة شمس نسبة جيدة من برامجها للشباب واليافعين.

يمكن أن يكون هدف القناة في هذا الإطار:

١-الاهتمام في تحقيق الممارسة الديمقراطية وتنمية حرية إبداء الرأي لدى الشباب، والتأكيد على أهمية تنمية الشباب سياسياً، ودعم مشاركتهم الفعالة.

٢-التأكيد على أهمية التنشئة الاجتماعية السليمة وبخاصة في الأسرة لتفادي انحراف وجنوح الشباب.

٣-توضيح أهمية سياسة الحوار الفكري مع الشباب من خلال تعميم الندوات التي يشارك فيها المسؤولون والمفكرون.

٤-إبراز دور الكفاءات والمواهب الشابة وتوضيح جهودهم في شتى المجالات.

٥-التركيز على بعض المحاور الأساسية في قضايا الشباب ومشكلاتهم لإيجاد آلية فعالة لحلها.

٦-التأكيد على القيم والمفاهيم الدينية والأخلاقية وترسيخها في عقول الشباب بوصفها دليلاً وقائياً.

٧-إلقاء الضوء على المشروعات الصغيرة وتعريف الشباب بكيفية تنفيذ هذه المشروعات وخطواتها للوصول إلى عائد مربح.

٨-ضرورة تفهّم المشكلات التي تواجه الشباب ووجود آلية فعالة لحل تلك المشكلات من أجل الثقة بين الشباب والمسؤولين عنه في المجتمع.

٩-أهمية إنتاج أفلام تسجيلية وثائقية قصيرة عن الزعماء والمفكرين بوصفهم قدوة الشباب.

١٠- الاهتمام بتنمية قدرات الشباب وتأهيلهم للعمل في مجالات تخصصهم بعد التخرج لتحقيق الاستفادة من تلك التخصصات وتوظيفها توظيفاً سليماً.

ب- المرأة:

التأكيد على دور المرأة بوصفها عنصراً مهماً وفعالاً في تحقيق تطور المجتمع وتنميته، ويمكن أن يكون هدف القناة في هذا الإطار:



١- السعي إلى القضاء على النموذج السلبي للمرأة الذي تقدمه وسائل الإعلام.

٢- إبراز دور المجتمع والأسرة والمؤسسات التعليمية في تنشئة القناة تنشئة قادرة على مواجهة التحديات.

٣- إبراز دور المرأة في وقاية أفراد الأسرة من الأمراض والاضطرابات النفسية، والتأكيد على دور الأسرة في تحقيق التواصل الأسري.

٤- التأكيد على أهمية تحسين أوضاع المرأة التعليمية والتثقيفية والاجتماعية والاقتصادية لما لها من دور أساسي في تربية النشء.

ج- **الطفل والأسرة:**



يمكن أن تتخذ القناة أهدافاً لها في هذا الإطار:

١-توفير مناخ إعلامي يتولد عنه واقع ثقافي جديد للطفل السوري والعربي يشجع على الإبداع.

٢-أهمية إبراز الملكات العقلية والإدراكية للطفل.

٣-التركيز على أهمية تعميق انتماء الطفل لوطنه وترسيخ ارتباطه بدينه.

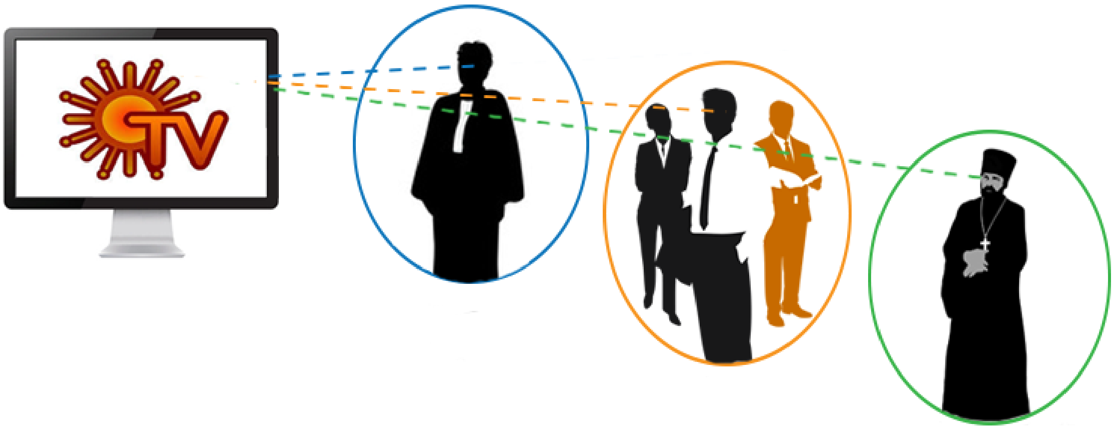
٤-إلقاء الضوء على المشكلات البيئية وتقديمُها للأطفال بشكل مبسط وتعريفُهم بمفردات البيئة ومشكلاتها.

٥-دعم سلوك الأطفال من خلال:

- تعريف الأطفال بمفاهيم العدل والتسامح واللياقة وفنون التعامل مع الآخرين.
- تعريف الأطفال بقواعد السلامة العامة في البيت والشارع والمدرسة.
- تعريف الأطفال بكيفية تكوين علاقات اجتماعية والتصرف السليم في المواقف الحرجة.
- تدعيم قيمة القراءة والاطلاع لدى الأطفال مما يساعد على إيجاد جيل واعٍ.
- تنمية وعي الأطفال في مجالات الادخار والحد من الاستهلاك.

- إبراز القيم والسلوكيات الملائمة للأطفال وتعزيزها وتكرارها من خلال القوالب الفنية المختلفة، ولاسيما الحملات الإعلامية المدروسة والموجهة للأطفال.
- الاهتمام بتسليط الضوء على أهم الأسباب التي تؤدي إلى ظهور مشكلة الأطفال الجانحين والمطالبة بحلها.

د- قادة الرأي:



لا يمكن إنكار أهمية قادة الرأي (الإعلاميون، أساتذة الجامعة، المعلمون، المحامون، رجال الدين، المسؤولون، الكتّاب، الأدباء..)، إذ يمكن أن يؤديَ هؤلاء دوراً مهماً جداً في سرعة تبني الجمهور للأفكار والاتجاهات الجيدة الجديدة، لذلك يمكن أن تخصص القناة بعض البرامج النوعية التي تتوجه إلى هذه الفئة النخبوية مع قلة عددها.

رابعاً: ملاحظات عامة حول الجمهور المستهدف

المسألة الأولى:

أعتقد أنه كلما قللنا من البرامج التي تتوجه إلى الجمهور العام نجحت القناة في تحقيق أهدافها وذلك من خلال التركيز على كل فئة من فئات الجمهور وإنتاج أو استيراد برامج تناسب رغبات واهتمامات هذه الفئة من الجمهور، على ألا نهمل توجيه برامج للجمهور العام ولجمهور الأسرة ٥٠% من البرامج مثلاً.

المسألة الثانية:

يمكن أن تثار مسألة إدراج الجمهور المغربي (المغرب العربي، ليبيا، تونس، الجزائر، المغرب، موريتانيا) فمن المهم أن نضع هؤلاء ضمن اهتمامنا وأن نقدم لهم بعضاً من برامجنا، وألا نقع في خطأ القنوات التلفزيونية الفضائية العربية كلها نفسه والتي تُعِدّ أن جمهورها الأساسي هو /الخليج العربي + بلاد الشام ومصر/ فقط!

المسألة الثالثة:

من المهم جداً أن نهتم بالأقليات الطائفية والدينية والعرقية التي في الوطن العربي وبلاد الشام و(سورية) تحديداً: منهم /المسيحيون/ كدين، والأكراد والشراكس والأرمن والبرابرة كعرقيات، يمكن أن نقدم (لهم وعنهم) برامج وثائقية وتسجيلية أو تقارير خاصة عنهم، وليس هدفنا تغذية اتجاهات انفصالية أو عرقية.. ولكن الهدف زيادة لحمتهم واندماجهم ضمن المجتمع العربي.

المسألة الرابعة:

من المهم جداً تخصيص ولو برنامج واحد أو اثنين لربط المغتربين بالوطن، فنقدم لهم ما يحتاجون إليه من أخبار لا تقدمها المحطات التلفزيونية الحكومية بشكل جيد عن أماكن السياحة والتسوق والسكن والأسعار و.. إلخ، ويمكن أن تكون هذه البرامج مكفولة وممولة من قبل شركات ومنشآت تهدف إلى ترويج اسمها وخدماتها.

المسألة الخامسة:

أهمية أن نتعامل مع الجمهور المستهدف من خلال أربعة أطر:

١. سوري محلي.
٢. بلاد الشام (إقليمي).
٣. خليجي.
٤. مغربي.

والأهمية العظمى يجب أن تكون للإطار المحلي السوري، وبالدرجة التالية لبلاد الشام نظراً لتشابه الظروف المعيشية والعادات والتقاليد، ثم الإطار الثالث الخليجي نظراً لأهميته بالنسبة لجانب استقطاب إعلانات تهم دول الخليج، مع الاهتمام بالمغربي كما أسلفت.

خامساً: المضمون والموضوعات التي يتم تناولها في قناة شمس



التحدي الأكبر الذي تواجهه القناة هو كيف نكون جادين وجذابين في الوقت نفسه وأعتقد أن المضمون مهم جداً في هذه المعادلة.

بعض الملاحظات الخاصة بالمضمون:

أول المعايير التي تحكم المعادلة أن نقدم أولاً ما لا تقدمه القنوات الأخرى، وهنا بعض الموضوعات التي لا تقدمها القنوات الأخرى:

- دراما من شرق آسيا أو إفريقية مترجمة أو مدبلجة (وهذا أفضل) إلى العربية، على أن تكون من الأعمال المميزة جداً جداً.
- أغنيات من شرق آسيا وأمريكا اللاتينية وإفريقية مترجمة إلى العربية أيضاً.
- دراما وأغنيات من المغرب العربي الكبير مترجمة إلى العربية لأن اللهجة المغاربية صعبة الفهم حتى الآن في الشرق العربي.
- كما ذكرت برامج متخصصة لفئات معينة (حسب تصنيفات فئوية عدة) قادة الرأي واليافعين، وللمسيحيين، تغطية صلاتهم الأسبوعية ومناسباتهم الدينية، وكذلك الأمر بالنسبة للأقليات الموجودة في بلاد الشام والمغرب العربي من خلال متابعة احتفالاتهم الخاصة أو بث برامج وثائقية في مناسباتهم الخاصة.
- برامج تخترق بكل احترام المحرمات الثلاثة الدين والجنس والسياسة، وأن تقدَّم بشكل علمي منظم يحترم أخلاقيات المجتمع.

سادساً: المحاور التي تتضمنها قناة شمس



أ- محور الشكل الإخراجي.
ب- محور الضيوف المرشحين للاستضافة في البرامج.
ت- محور كيفية المشاركة الجماهيرية في البرامج.
ث- محور وقت وتوقيت البرامج.
ج- محور نوعية المواد التي تنتجها القناة.
ح- محور نوعية المواد التلفزيونية التي تستوردها المحطة.

محور الشكل الإخراجي



تبين من خلال دراسات أكاديمية كثيرة أن أكثر الأنواع الإخراجية التي تلقى قبولاً ومتابعة عند الجمهور هو:

- قالب المجلة التلفزيونية.
- وقالب البرامج الحوارية.
- وقالب المشاركة الجماهيرية.
- والندوة التي يشارك فيها الجمهور من داخل الاستديو.

لذلك من الأفضل التركيز على هذه القوالب مع الاهتمام الكبير باستخدام الدراما التي تنتج خصيصاً للبرامج، والتي توضح المضمون أو الموقف الذي يتحدث عنه البرنامج.

محور الضيوف المرشحين للاستضافة في البرامج

المسألة الأولى:

تخطئ القناة عندما تركز على الضيوف السوريين أو المحيطين بسورية، وقد يكون ذلك غير مكلف مادياً للقناة، ولكن ذلك بالتأكيد سيفقدها جمهور الدول الأخرى.

المسألة الثانية:

من المهم التنويع في استضافة ضيوف من مختلف الفئات العمرية وحسب طبيعة البرنامج.

المسألة الثالثة:

تضمن البرامج المقدمة النجاح عندما تختار ضيوفاً من تيارات ثقافية متناقضة ومتصادمة أحياناً وإن كان الموضوع دينياً أو ثقافياً أو.. إلخ.

محور كيفية المشاركة الجماهيرية في البرامج



المسألة الأولى:

تنجح القناة عندما يكون إعلامها تفاعلياً:

رسالة ← جمهور ← صدى الجمهور ← رسالة أخرى.

المسألة الثانية:

أثبتت أبحاث كثيرة أجريت أن حضور الجمهور ومشاركتَه الفعلية في أي برنامج للأطفال أو الشباب أو برنامج ديني أو.. إلخ تضفي حيوية وتجدداً على البرنامج.



المسألة الثالثة:

من المهم جداً التلقائية في اختيار بعض المشاركين في البرنامج (الحضور، أو عبر الهاتف، أو..إلخ) لأن الجمهور يحب ويحترم ذلك.



محور وقت وتوقيت البرامج

المسألة الأولى:

الآن ومع خصوصية جمهور الفضائيات بأنه كثير الملل يفضل أن تكون مدة معظم البرامج ٣٠ دقيقة كحد أقصى إلا إذا كان البرنامج ندوة كبيرة، أو برنامج منوعات.

المسألة الثانية:

مع الأخذ في الحسبان فارق التوقيت بين الدول العربية إلا أنه من الأفضل التركيز على الفترة الصباحية للمرأة والطفل، وفترة الظهيرة للشباب، وفترة المساء للأسرة والشباب، وفترة الليل للبرامج المتخصصة وبرامج الصفوة أو النخبة، ويمكن أن تعاد البرامج في أوقات مختلفة حتى تضمن القناة تعرض الجمهور لبرامجها.

المسألة الثالثة:

من الأفضل اختيار أسلوب البث المباشر للندوات والبرامج الحوارية والمنوعات، بينما من الأفضل اختيار البرامج المسجلة التي تحتاج إلى إدخالات لمواد درامية أو أي مواد أخرى.

محور نوعية المواد التي تنتجها القناة:





المسألة الأولى:

يفضل أن تهتم القناة بإنتاج برامج وثائقية تسجيلية عن سورية بالدرجة الأولى وعن بلاد الشام أيضاً فيما يخص العادات، التقاليد، الآثار، المناطق السياحية، المناطق الجغرافية.. إلخ.

المسألة الثانية:

يمكن أن تكون القناة مصدراً مهماً لكل الأخبار غير السياسية التي تخص سورية أو بلاد الشام، بحيث تستعين القنوات الأخرى بما تنتجه قناة شمس، ولذلك من الأفضل أن تغلب القناة المحلي على العربي، والعربيَّ على العالمي فيما يخص الأخبار السياسية والاقتصادية والفنية والثقافية.

محور نوعية المواد التلفزيونية التي تستوردها المحطة:



المسألة الأولى:

هناك معادلة مهمة يمكن تطبيقها فيما تستورده القناة لتقدمه عبر شاشتها:

- المنتَج القديم الممتاز أفضل من الجديد المتوسط.
- المنتَج القريب (الدول المنتِجة) الجيد أفضل من البعيد (الدول المنتِجة) الجيد.
- المنتَج الغالي الثمن الممتاز أفضل من الرخيص المتوسط.

لأن الجزء الأول من المعادلة يجذب الجمهور ويحتفظ به.

المسألة الثانية:



يمكن أن تكسر القناة قاعدة درجت عليها القنوات الفضائية، فكل شيء يقدم يجب أن يكون جديداً، عدا الأفلام والأغاني، ويمكن أن تستورد القناة برامج قديمة متميزة جداً عربية أو عالمية، ولا يجب أن نخاف لأن هذه النوعية من البرامج تشبع حاجات مهمة عند الجمهور وهي تذكّر بالماضي والحنين إليه، مثلاً مقابلات أجريت مع فنانين كبار في مراحل سابقة، أو مسلسل تلفزيوني حقق نجاحاً باهراً في وقته وخصوصاً المسلسلات المصرية أو السورية، أو بعض برامج الأطفال المتميزة القديمة، والقائمة طويلة.

سابعاً: ملاحظات متفرقة حول المحاور

المسألة الأولى:

من المهم جداً أن يكون هناك شعار مميز للقناة يؤكد على توجهها ويلخص أهدافها بأسلوب ذكي وبكلمة واحدة أو كلمات قليلة: (شمس يصل نورها إلى الجميع) أو (شمس تضيء كل الأبعاد).

المسألة الثانية:

من المهم التركيز على خصوصية مميزة للقناة في الديكور، ولون الشاشة المميز، والموسيقا المستخدمة في تترات برامج القناة، والمذيعين الذين يتم اختيارهم، بحيث تكون القناة كوحدة متكاملة متناسقة متميزة لا تكون نسخة مكررة عن أي قناة أخرى، مثلاً:

بالنسبة إلى الديكور:

يمكن أن تكون معظم الديكورات للبرامج مستوحاة من البيت الشامي والطراز المعماري الشاميً.

بالنسبة إلى موسيقا تترات البرامج:

أن تكون التترات متقاربة من حيث مدتها، وأن تكون الموسيقا ذات خط محدد متقاطع مع بعضها، أي أن هناك ما يربطها.

بالنسبة للون الشاشة:

يمكن أن تعتمد القناة لوناً يميزها عن باقي القنوات، مثلاً روتانا الأخضر، والجزيرة الأزرق والذهبي، يمكن أن تختار القناة لوناً يناسب البيئة العربية من الأخضر [بلاد الشام / والأصفر الصحارى العربية].

المسألة الثالثة:

من المهم جداً إجراء تقييم دوري لما تقدمه القناة وذلك من خلال (بارومتر) شهري، أو كل دورة برمجية من خلال استبيان يجرى على الجمهور العربي تُستخلص نتائجه مع توصيات خاصة بكل نوع برامجي يقدم عبر شاشة (شمس).

أيضاً يمكن إجراء دراسة تحليل مضمون، أو تحليل محتوى لمعرفة الجوانب الإيجابية أو السلبية في كل برنامج يقدم، أو كل نوع برامجي سواء كان اقتصادياً أم ثقافياً أم منوعاً.

ثامناً: مواضيع قابلة للإنتاج في قناة شمس







١) الأعلام والشخصيات:

على أن يدرس العلم كمبدع وكإنسان أسهم في ثقافة عصره، وأن يسلط الضوء على العصر الذي عاش فيه والظروف السياسية والاقتصادية الفكرية والثقافية التي عاش فيها، على

أن يشمل الإنتاج أعلاماً من مختلف العصور، ويمكن أن يكونوا (فلاسفة، مفكرين، مؤرخين، مسرحيين، سينمائيين، شعراء، كتّاب، فنانين تشكيليين..إلخ).

٢) المعالم:

يمكن أن تنتج القناة برامج عن: معالم دينية (مساجد، معابد، أديرة ، مدارس دينية)، معالم تاريخية (قلاع وحصون ومسارح وحمامات، وأبنية أثرية ومدن)، معالم جغرافية (أنهار، صحارى، جبال..إلخ).

٣) نشاطات ثقافية:

(معارض كتب، مهرجانات سينما، مسرح، معارض فن تشكيلي).

٤) قضايا ونشاطات اجتماعية:

(الأمية، الحياة اليومية، العادات والتقاليد، الفنون الشعبية والأزياء).

٥) تاريخ الأعمال الإبداعية:

(المسرح، السينما، الصحافة، اللغة العربية..إلخ).

٦) الأديان.

٧) قضايا معاصرة.

تاسعاً: بعض أسماء البرامج المقترحة لقناة (شمس) مع معلومات أولية عنها، ويمكن تقديم تفصيلات أكبر عن كل برنامج

١-برنامج مضافة تحت الشمس:

برنامج شهري مدته ٩٠ دقيقة، يستضيف في كل حلقة منه رجال دين وفنانين وأساتذة جامعة وأطباء ومحامين وأدباء ومواطنين، على ألا يزيد عدد الضيوف عن (١٠)، ويتم في كل حلقة نقاش جماعي حول كل ما جرى واستجد من قضايا وأخبار وموضوعات خلال الشهر المنصرم، ويحتاج هذا البرنامج إلى مذيعين متميزين على درجة عالية من

الثقافة والحضور المتميز والقدرة على إدارة الحوار الجماعي، ويقدم البرنامج في مرحلة الذروة ٧ - ٨:٣٠ مساءً.

٢-برنامج خبر أبيض:

برنامج يومي يقدم في ساعة ذروة كل الأخبار السارة فقط التي جرت في اليوم، محلياً وعربياً وعالمياً على مختلف الصعد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفنية، ولا يقدم البرنامج أي أخبار سلبية، كل أخبار البرنامج سعيدة وسارة وإيجابية.

مدة البرنامج ١٥ دقيقة، ويمكن أن يقدم ضمن البرنامج كاريكاتير على نمط رسوم متحررة على قناة المستقبل لأحد الموضوعات أو القضايا التي حدثت في اليوم نفسه، أو جزء من عمل كوميدي مسرحي أو سينمائي أو تلفزيوني، ويقدمه مذيع مرح.

٣-برنامج اقتصاد الأسرة الصغيرة أو قرش أبيض:

برنامج أسبوعي مدته ٣٠ دقيقة، يقدم في فترة الصباح، ويعاد في المساء يقدمه مذيع + مذيعة، والهدف منه مساعدة الأسرة الصغيرة على اتخاذ القرارات الاقتصادية التي تساعد على زيادة دخلها من خلال استثمار المرأة والرجل والأبناء لوقت الفراغ والفائض من المواد المستهلكة لتصنيع منتوجات بسيطة تفيد في زيادة دخل الأسرة، أيضاً إرشاد أفراد الأسرة إلى الأسلوب الأمثل للادخار والاستثمار.

٤-برنامج دليلي النفسي:

برنامج أسبوعي مدته ٣٠ دقيقة يقدم فترة الذروة، ويتناول بالشرح المبسط الأمراض النفسية التي يمكن أن تصيب الإنسان العصري وإرشادَ المجتمع إلى كيفية التعامل مع المرضى النفسيين، ويستضيف البرنامج بشكل دائم اختصاصياً نفسياً أو اجتماعياً أو طبيباً نفسياً، ويشارك الجمهور في البرنامج من خلال الهاتف، والبريد الإلكتروني، والرسائل، ويمكن الاستعانة ببعض المواد الدرامية المنتجة خصيصاً للبرنامج على أسس علمية صحيحة، ومن الخطأ الكبير الاستعانة ببعض المشاهد من الأفلام والمسلسلات العربية التي تشوه صورة المريض النفسي.

٥-برنامج رغيف ساخن:

برنامج مدته ٣٠ دقيقة يومياً، يقدم معلومات حديثة عن حركة البيع والشراء بالنسبة للسلع والمنتجات الاقتصادية التي تمس الحياة اليومية بدءاً من أسعار الخضار والفواكه والمحروقات إلى الأدوات المنزلية وأسعار المعارض التي تنظم المنتوجات.

٦-برنامج حلول:

برنامج مدته ٣٠ دقيقة يتلقى اتصالات المشاهدين ليطرحوا مشكلاتهم المختلفة (اقتصادية، اجتماعية، نفسية، دينية، قانونية)، ويتم الاستعانة بخبراء مختصين بهذا الخصوص.

٧-برنامج وجه آخر:

برنامج مدته ٣٠ دقيقة، يمكن أن يقدم صورة الغرب والشرق، الغني والفقير، المتعلم والأمي.. إلخ، ليبرز تناقضات موجودةً في المجتمع المحلي أو العربي أو العالمي، ويطرح الموضوع للنقاش من خلال حوارات أو ندوات.

٨-برنامج عرب × عرب:

برنامج يومي مدته ساعة، يقدم أهم الأخبار المحلية في كل قطر عربي، ولا نقصد بالأخبار المحلية أخبار الحكومات العربية ولكن أخبار الشعب والمجتمع.

٩-برنامج موشور:

(ويعني مخروط زجاجي يحلل الضوء الأبيض إلى ألوان الطيف).

برنامج يومي مدته ٣٠ دقيقة، يحلل أهم الأخبار والقضايا التي حصلت في أثناء اليوم أو اليوم السابق سواء كانت اقتصادية أم اجتماعية أم سياسية أم فنية، ويجب ألا يزيد عدد الموضوعات الخاضعة للتحليل عن أربعة موضوعات، ومن المهم جداً أن يقوم بالتحليل مختصون متميزون.

١٠- برنامج هذه قصتي أو كيف أصبحت:

برنامج أسبوعي مدته ٣٠ دقيقة، يهدف إلى تقديم قصة نجاح أو فشل أحد الشخصيات المعروفة أو أي إنسان عادي، يمكن أن يكون هذا الشخص فناناً أو مسؤولاً أو طبيباً أو مجرماً.. إلخ، والهدف أن نوجد لدى الشباب قدوة حسنة ناجحة ونعريَ النماذج السيئة أمامهم، ويمكن أن يستعين البرنامج بشهادة الأشخاص أنفسِهم، أو بمن يقدم قصتهم بقالب درامي مبسط.

١١- برنامج ± ١٥:

برنامج أسبوعي مدته ٤٥ دقيقة وهو برنامج منوعات يتوجه إلى فئة من اليافعين أو المراهقين، ويهدف إلى إرشاد المراهق أو اليافع الذي يمر بمرحلة حساسة من النضج الجسمي البيولوجي والنفسي والعاطفي، وعليه أن يتخذ قرارات حاسمة فيما يخص

مستقبله ودراسته.. إلخ، ويمكن أن يستعين البرنامج بحوارات مع خبراء نفسيين أو اجتماعيين أو شخصيات عامة أو مشهورة أو فنانين أو.. إلخ لتوضيح مسألة ما أو قضية تخص اليافعين، ويجب أن يتسم البرنامج بالجاذبية بأن نقدم لليافعين أغنيات جميلة وجادة، وأن نعرّفهم بالثقافة العربية والثقافات العالمية من أدب وشعر وفن تشكيلي وموسيقا.. لنكوّن عندهم نواة لثقافة فسيفسائية جيدة، ويمكن أن يتضمن البرنامج مسابقة للشباب.

١٢- برنامج الحلقة الأخيرة:

برنامج يقدم مباشرة بعد انتهاء عرض أي عمل درامي، مدته ٦٠ دقيقة يستضيف نجوم العمل التلفزيوني والكاتب والمخرج، ويجري ريبورتاجات مع المواطنين لإبداء رأيهم في العمل التلفزيوني وكيفية إنهاء أحداثه.

١٣- برنامج فن عالمي:

برنامج أسبوعي مدته ٣٠ دقيقة هدفه التعريف بنتاج ثقافي عالمي، بمصاحبة موسيقا عالمية مرافقة يتم التعريف بها بداية الحلقة، ويُكتب اسم المقطوعة الموسيقية العالمية دائماً على الشاشة، ويمكن أن يتناول البرنامج كل اللوحات الفنية التي رسمها فنان عالمي مع عرض هذه اللوحات، والتعليق على الجانب الإبداعي فيها، ويمكن استضافة فنان عربي أو سوري متميز ليساعد في التعريف باللوحة الفنية، ويمكن أن يقدم البرنامج جوائز ومسابقات للجمهور المُشاهد.

١٤- برنامج تحت القسم:

برنامج أسبوعي مدته ٤٥ دقيقة، هدفه مساءَلة شخصية إعلامية أو سياسية أو فنية أو تجارية أو صناعية أو.. إلخ، من خلال حشد مجموعة من الجمهور، وهيئة محلفين من الشخصيات الاجتماعية البارزة، ويتبع هذا البرنامج أسلوب المحكمة من حيث تصميم ديكور الاستديو، ومنصة المحكمة و.. إلخ.

١٥- برنامج برلمان الرابعة:

برنامج أسبوعي مدته ٤٥ دقيقة، يهدف إلى تعزيز ثقافة المشاركة الديمقراطية، كما يهدف إلى التعريف بقضايا ومشكلات المواطنين الحياتية اليومية، وإيجاد حلول لها، واقتراح توصيات إلى البرلمان الحكومي والجهات الرسمية الحكومية، وينتخب جمهور القناة شخصيات برلمان السلطة الرابعة من كل فئات المجتمع، من المثقفين والأدباء والعمال والفلاحين والفنانين وطلاب الجامعات والسياسيين و.. إلخ.

إن البرامج التي اقترحتها قناة شمس هي قائمة أولية لمجموعة من البرامج التي يمكن إدراجها ضمن الخريطة البرامجية لقناة (شمس) المقترحة.

من المهم جداً أن تخضع كل البرامج لدراسة دورية:



من خلال تحليل المضمون (المحتوى) للتعرف إلى شكل ومضمون كل برنامج خلال دورة برامجية كاملة، مما يساعد على التعديل والتطوير الدائم لهذه البرامج، والاستغناء عن البرامج التي تدخل في نمطية جامدة، أو أنها تكرر ما تقدمه برامج أخرى جيدة.

من المهم إجراء دراسات مسحية ميدانية على مستقبل هذه البرامج:

بمعنى أن يعرف القائمون على إعداد وتنفيذ هذه البرامج مَن هو الجمهور الذي تقدَّم له هذه البرامج، ويتطلب ذلك:

- معرفة مستوى هذا الجمهور من الناحية الثقافية، وكذلك اتجاهاتُه، وأفضل السبل للوصول إليه.
- ما حاجات هذا الجمهور ورغباته، وكيف يمكن تحقيقها.
- ما أفضل الأشكال التلفزيونية التي تناسبه، وأفضل المواعيد المناسبة لبث البرامج.. إلخ.

لا شك في أن ذلك لا يتحقق إلا بالاعتماد على الأسلوب العلمي المدروس.

الخلاصة

من المفروض أن مهمات أي قناة فضائية عربية أن تعمل على تعميق أواصر اللحمة القومية العربية، وخدمة الثقافة العربية والتفاعل بين المجتمعات العربية وتعريف العرب ببعضهم، ومواجهة الاختراق الأجنبي، فضلاً عن التعريف بالقطر الذي يملكها، والإسهام في نشر الثقافة العربية في الخارج والتعريف بها والمساهمة في الثقافة والحضارة الإنسانية.

إن تحديد الهدف والوظائف يضبط إيقاع العمل ومنهجيتَه وشروطه ويؤدي بالتالي إلى نجاحه وإلا ستؤدي البرامج إلى سلبيات تبعد القناة عن أهدافها.
تأتي هذه الرؤية لقناة (شمس) التلفزيونية كمساهمة لاقتراح نموذج لإعلام هادف يحقق الأهداف التنموية وتم عرض هذه الرؤية من خلال جوانب عدة:

الأهداف، الجمهور المستهدف، المضمون، الشكل الإخراجي، الضيوف، المشاركة الجماهيرية، وقت وتوقيت البرامج، نوع المواد المنتجة، نوع المواد المستوردة، بعض الملاحظات المتفرقة، موضوعات قابلة للإنتاج في قناة شمس، أسماء بعض البرامج المقترحة.

التمارين

اختر الاجابة الصحيحة:

١- من أهداف قناة شمس الاستراتيجية:

a. الارتقاء بالرسالة الإعلامية.

b. دعم قيم المجتمع.

c. المعالجة الموضوعية للقضايا المجتمعية.

d. كل ما ذكر صحيح.

e. كل ما ذكر خطأ.

الإجابة الصحيحة: d كل ما ذكر صحيح

٢- ركزت قناة شمس بالدرجة الأولى على جمهور:

a. قادة الرأي.

b. الشباب.

c. الأطفال.

d. المرأة.

الإجابة الصحيحة: b الشباب

٣- دعت قناة شمس إلى:

a. **تقليل نسبة البرامج الموجهة للجمهور العام.**

b. زيادة نسبة البرامج الموجهة للجمهور العام.

c. الإبقاء على نسبة البرامج الموجهة للجمهور العام كما هي في القنوات التلفزيونية.

الإجابة الصحيحة: a تقليل نسبة البرامج الموجهة للجمهور العام.

٤- ترى قناة شمس أن أفضل القوالب الإخراجية لبرامجها:

a. قالب المشاركة الجماهيرية.

b. قالب المجلة.

c. قالب الدراما.

d. الأخبار.

e. المنوعات.

الإجابة الصحيحة: b قالب المجلة

٥- برنامج أسبوعي هدفه تعزيز المشاركة الديمقراطية:

a. الحلقة الأخيرة.

b. هذه قصتي.

c. وجه لآخر.

d. برلمان الرابعة.

e. مضافة تحت الشمس.

الإجابة الصحيحة: d برلمان الرابعة